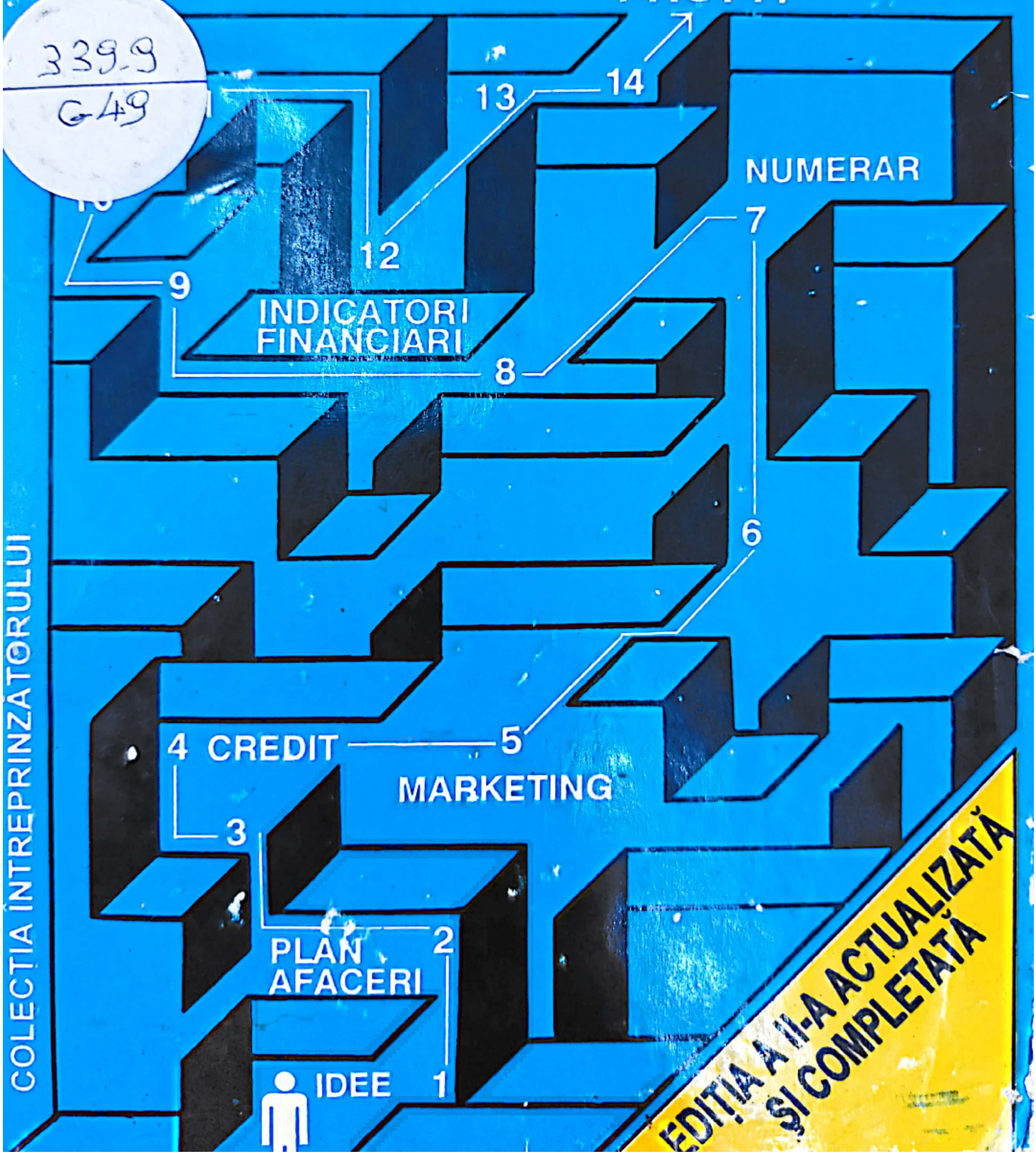
GHIDUL ÎNTREPRINZĂTORULUI PARTICULAR

Centrul ONU pentru promovarea întreprinderilor particulare mici și mijlocii

PROIECT ROM-UN

339.9
G49



COLECȚIA ÎNTREPRINZĂTORULUI

EDIȚIA A II-A ACTUALIZATĂ ȘI COMPLETATĂ

Scanned with OKEN Scanner

Mulțumim ARD, PNUD/ONUDI pentru sprijinul permanent și Băncii Mondiale pentru asistența financiară acordată editării acestei lucrări.

Our thanks to RDA, UNDP/UNIDO for their continued support and to the World Bank for its financial assistance in the publication of this book.

ARD — Agenția Română de Dezvoltare
PNUD — Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare
ONUDI — Organizația Națiunilor Unite pentru Dezvoltare Industrială

Emblema utilizată pe copertă și prezentă în conținutul lucrării de față nu implică în nici o privință exprimarea vreunei opinii aparținând unor organizații din sistemul Națiunilor Unite.

The logo used and the presentation of the material in this publication does not imply the opinion of any United Nations organization in regard to any matter.

Scanned with OKEN Scanner

339.9
G49

Centrul ONU pentru Promovarea
Întreprinderilor Particulare Mici și Mijlocii

PROIECT ROM-UN

GHIDUL ÎNTREPRINZĂTORULUI PARTICULAR

— ediția a II-a, actualizată și completată —

Colectiv de autori:
Florin Botea
Cristian Valentin Floru
Marina Haidaev
Cristina Mănescu
Viorel Nițu
Mircea Oniță

Coordonator:
John Allen

BIBLIOTECA JUDEȚEANĂ
„GH. ASACHI"
IAȘI

L
628.999

Editura Tehnică
București 1994

Scanned with OKEN Scanner

Ediție apărută sub îngrijirea Marinei Haidaev

Redactor: Ioana Merfu
Editare computerizată: Marina Graur
Tehnoredactor: Olimpiada Nistor
Coperta: Simona Dumitrescu

Bun de tipar: martie 1994; Coli tipar: 14
ISBN 973-31-0607-0
C.Z. 339.9.97

Scanned with OKEN Scanner

CONȚINUT

Cuvânt înainte 7

Cum se înființează o firmă particulară 13

Planul de afaceri 37

Impozitul pe profit 69

Cum să obținem un credit 79

Elemente de bază în marketing 105

Bilanțul contabil 129

Situația fluxului de numerar 139

Situația veniturilor și cheltuielilor 145

Debitori și creditori 155

Calculația costurilor 161

Elaborarea bugetelor 169

Indicatori financiari 187

Evidența contabilă 201

Taxa asupra valorii adăugate 213

Bibliografie 219

Scanned with OKEN Scanner

TABLE OF CONTENTS

Foreword 7

How to License a Private Business 13

The Business Plan 37

The Tax on Profit 69

How to Apply for a Loan 79

Basic Marketing 105

Balance Sheet 129

Cash Flow 139

Income Statement 145

Debtors and Creditors 155

Costing and Pricing 161

Budgeting 169

Financial Ratios 187

Bookkeeping 201

Value Added Tax 213

Bibliography 219

Scanned with OKEN Scanner

CUVÂNT ÎNAINTE

Prima ediție a "Ghidului" a intenționat să ofere întreprinzătorilor o lucrare simplă dar relevantă asupra aspectelor practice ale afacerilor.

Am primit comentarii foarte favorabile referitoare atât la stilul cât și la conținutul cărții și unele sugestii pertinente de îmbunătățire a ei.

Ediția revizuită a "Ghidului întreprinzătorului particular" încearcă să răspundă acestor sugestii și este actualizată în conformitate cu noua legislație și cu practica contabilă.

Modificările sunt următoarele:

- Capitolul 1 "Aspecte legale privind înregistrarea unei afaceri particulare" a fost completat cu prevederile Decretului nr. 54/1990 și ale H.G.R. nr. 201/1990 privind înregistrarea și funcționarea asociațiilor familiale și ale întreprinzătorilor individuali. Capitolul cuprinde, de asemenea, ultimele reglementări privind înființarea și funcționarea societăților comerciale conform Legii 31/1990.

Anexa 1A informează asupra nivelului actual al taxelor de înregistrare la Registrul Comerțului pentru societăți comerciale.

Anexa 1B prezintă formularul propus de Registrul Comerțului pentru colectarea de date care vor permite întreprinzătorilor să cunoască oferta pieței românești, precum și lista de coduri folosită pentru înregistrarea la Registrul Comerțului și pentru completarea formularului din Anexa 1B.

Recomandăm întreprinzătorilor utilizarea acestor formulare. Furnizând în mod corect astfel de informații și contribuind la dezvoltarea unei baze de date actualizată în permanență, veți putea face cunoscute produsele dvs. și veți putea ști, de asemenea, ce mărfuri și servicii sunt oferite în România.

- Capitolul 2 "Planul de afaceri" a fost revizuit și completat cu un exemplu practic.

- Capitolul 3 "Impozitul pe profit" a fost actualizat în funcție de apariția TVA. În momentul tipăririi noii ediții a "Ghidului", legislația privind impozitul pe profit nu fusese modificată.

- Capitolul 5 "Elemente de bază în marketing" tratează câteva concepte noi și relația cu planul de afaceri și oferă un exemplu de elaborare practică a unui plan de marketing.

- Capitolul 7 "Fluxul de numerar" și Capitolul 8 "Situația veniturilor și cheltuielilor" au fost completate cu exemple practice.

Scanned with OKEN Scanner

- Capitolul 13 "Evidența contabilă" a fost adaptat la noua Lege a contabilității și au fost utilizate exemple numerice privind dobânda bancară mai apropiate de realitățile românești actuale.

- Capitolul 14 "Taxa asupra valorli adăugate" este un capitol complet nou și se referă la aspectele practice ale acestei legi.

Stilul de redactare și concentrarea asupra aspectelor practice nu au fost modificate.

Am încercat să actualizăm conținutul cărții și să-l facem cât mai realist posibil. Intenționăm, în măsura în care va fi necesar, să continuăm aducerea la zi a "Ghidului", în concordanță cu noile legi sau reglementări care vor afecta sectorul particular.

Mulțumim pentru interesul manifestat și ideile lor tuturor cititorilor care au răspuns la chestionarul din ediția anterioară. Mulțumim, de asemenea, tuturor celor pe care i-am cunoscut cu ocazia seminariilor, întrunirilor neoficiale și în activitatea de afaceri și care ne-au oferit comentariile lor critice asupra precedentului "Ghid".

Sperăm că cititorii noului "Ghid" vor completa, de asemenea, chestionarul de pe ultima pagină și ni-l vor trimite. Vom putea astfel încerca să răspundem necesităților dvs. și să îmbunătățim prezentarea viitoarelor ediții.

"Ghidul întreprinzătorului particular" este prima carte dintr-o serie pe care o vom publica sub numele "Colecția întreprinzătorului". Urmăriți, deci, apariția în acest an a următoarelor două titluri din această colecție, care vor trata mai detaliat subiecte specifice, dar care vor fi la fel de ușor de citit și înțeles, oferindu-vă posibilitatea să le puneți în practică acolo unde sunt aplicabile.

John Allen

Scanned with OKEN Scanner

FOREWORD

The intention of the first edition of the Guide was to provide entrepreneurs with an uncomplicated but relevant book on practical business issues.

We received very favourable comments on both the style and content of the book and some very pertinent suggestions on how it could be improved. In the revised edition of the Guide for Entrepreneurs we have tried to respond to these suggestions, and to changes in the law and accounting procedures.

The specific changes are as follows:

- Chapter 1 "How to License a Private Business", has been expanded to include: the provisions of Decree No. 54/1990 and GD No. 201/1990 which relate to the registration and operation of family associations and individual entrepreneurs, and Law 31/1990 relating to the new rules and regulations with respect to the registration and operation of companies.

Annex 1A of the chapter gives information about the actual level of registration fees at the Trade Register for companies.

Annex 1B shows the form proposed by the Trade Register to facilitate data to be gathered that will enable entrepreneurs to know what is on offer, as well as the list of codes used for registering with the Trade Register.

We recommend this to entrepreneurs. By correctly providing such data and contributing to the producing of an up-to-date trade register, your products become known and you can also see what goods and services are available in Romania.

- Chapter 2 "The Business Plan" has been revised and includes a practical example.

- Chapter 3 "The Tax on Profit" has had the VAT line added. New legislation regarding "Tax on profit" had not been released at the time this edition went to print.

- Chapter 5 "Basic Elements of Marketing" has been rewritten to develop some of the concepts and relationships to the business plan and to provide an example of how to actually develop a plan.

- Chapter 7 "Cash Flow" and Chapter 8 "Income Statement" have been expanded by the addition of practical examples.

- Chapter 13 "Bookkeeping" has been adapted to the new bookkeeping law and figures on interest more related to the present situation in Romania have been used.

Scanned with OKEN Scanner

- Chapter 14 "Value Added Tax" is a completely new chapter and addresses to practical issues of this law.

The style and focus on practical issues has not changed.

We have tried to bring the content of the book up-to-date and make it as realistic as possible. As required we plan to continue such updating according to new laws or regulations that affect private enterprises.

To all the readers that replied to our questionnaire in the last book and to all the people that we met at seminars, informal gatherings, and in business, who offered their critical comment on the previous "Guide" our thanks for their interest and ideas.

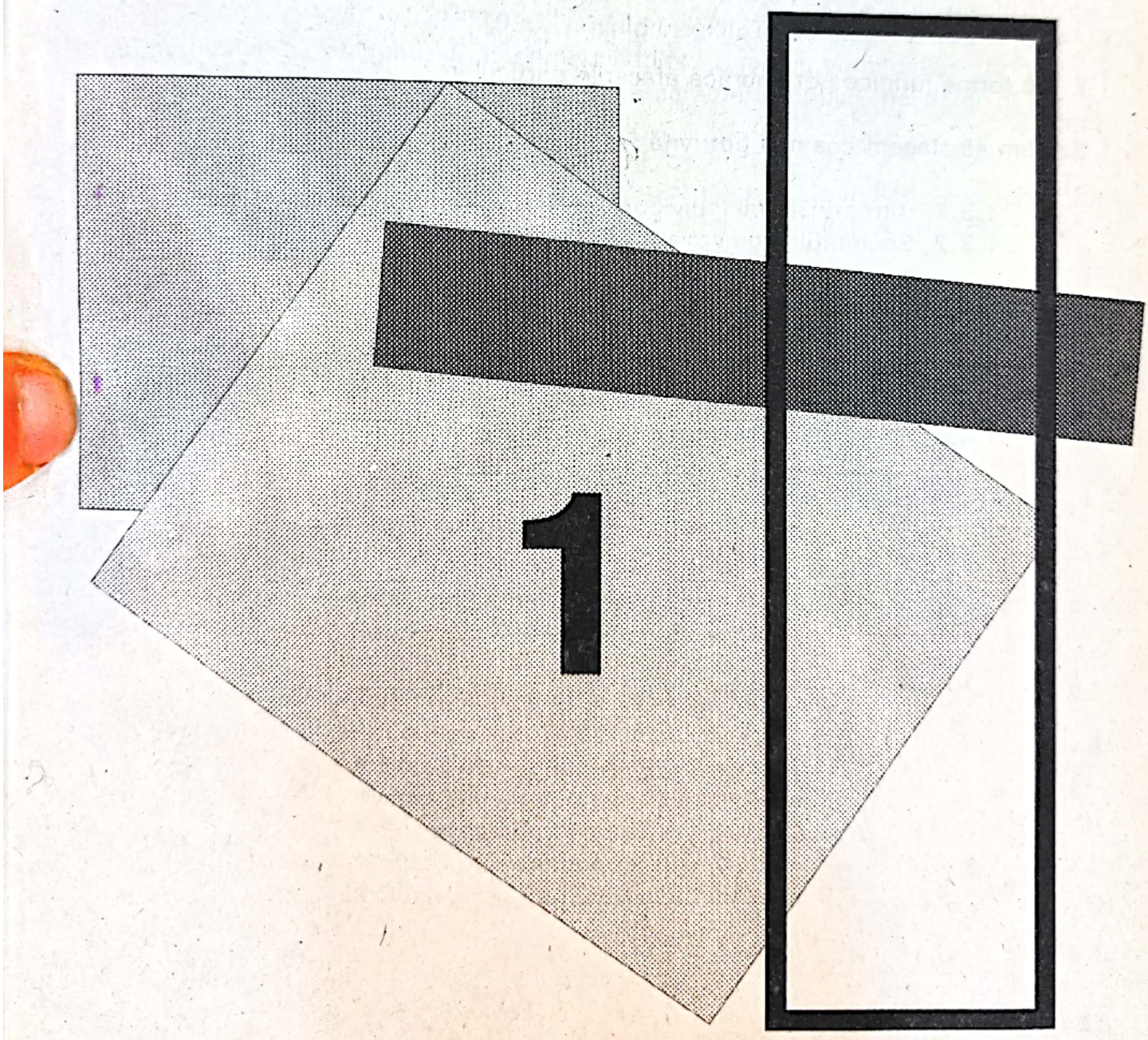
We hope that readers of this "Guide" will also fill in the questionnaire at the back and return it to us. In this way we can try and meet your needs, and improve our presentation.

The "Guide" is the first book in a series called "Entrepreneur's Collection" that we are to publish. So look out for two more issues this year that will tackle specific subjects in more depth, but will still be easy to read and understand, and so allow you to put the ideas in action where applicable.

John Allen

Scanned with OKEN Scanner

CUM SE ÎNFIINȚEAZĂ O FIRMĂ PARTICULARĂ



Scanned with OKEN Scanner

1.1. Care este cadrul legal pentru organizarea activităților comerciale particulare? 13

1.2. Ce forme juridice pot îmbrăca afacerile particulare? 13

1.3. Cum să alegem cea mai potrivită formă juridică ? 14

1.3.1. Întreprinzătorii individuali și asociațiile familiale 14
1.3.2. Societățile comerciale 16

1.4. Cum se obține autorizarea unei firme particulare? 17

1.4.1. Parcursul necesar pentru autorizarea întreprinzătorilor persoane fizice și a asociațiilor familiale 17
1.4.2. Parcursul necesar pentru autorizarea SNC și SRL 19

Scanned with OKEN Scanner

Scopul acestui **îndrumar** este de a ajuta pe întreprinzătorii care doresc să demareze activități comerciale să aleagă forma juridică cea mai potrivită și drumul cel mai scurt și mai ieftin pentru obținerea autorizărilor legale necesare.

1.1. CARE ESTE CADRUL LEGAL PENTRU ORGANIZAREA ACTIVITĂȚILOR COMERCIALE PARTICULARE?

◇ *Decretul-lege nr. 54/1990* privind organizarea și desfășurarea unor activități economice pe baza liberei inițiative și

◇ *Hotărârea Guvernului nr. 201/1990* pentru aprobarea normelor de aplicare a Decretului-lege nr. 54/1990.

Aceste acte normative reglementează procedurile de autorizare și funcționare pentru întreprinzătorii individuali și asociațiile familiale.

◇ *Legea nr. 26/1990* privind registrul comerțului reglementează înmatricularea (obligatorie) a comercianților, regimul denumirilor, firmelor și emblemelor. Registrul comerțului asigură caracterul public, nesecret al actelor (faptelor) de comerț.

◇ *Legea nr. 31/1990* a societăților comerciale definește și reglementează cinci forme legale pentru persoanele juridice ce desfășoară acte/fapte de comerț (adică activități ce implică vânzări-cumpărări).

◇ *Legea nr. 35/1991* privind investițiile străine de capital, completată prin *Legea nr. 57/1993*, asigură cadrul favorizant pentru realizarea unor activități comerciale cu participare străină.

1.2. CE FORME JURIDICE POT ÎMBRĂCA AFACERILE PARTICULARE ?

Principalele forme juridice în care poate fi lansată o afacere particulară sunt:

— întreprinzători individuali și asociații familiale;
— societăți comerciale - și anume:
- Societatea în nume colectiv (S.N.C.)
- Societatea în comandită simplă (S.C.S.)
- Societatea în comandită pe acțiuni (S.C.A.)
- Societatea pe acțiuni (S.A.)
- Societatea cu răspundere limitată (S.R.L.).

Scanned with OKEN Scanner

1.3. CUM SĂ ALEGEM CEA MAI POTRIVITĂ FORMĂ JURIDICĂ?

Întreprinzătorii particulari trebuie să aleagă cu grijă cea mai convenabilă formă juridică pentru afacerea pe care doresc să o înceapă. Alegerea trebuie făcută în funcție de:

— natura activității ce urmează a fi organizată,
— anvergura acesteia,
— numărul viitorilor parteneri de afaceri,
— gradul de implicare și de răspundere asumat de fiecare dintre ei,
— volumul disponibil și cel necesar al capitalului social,
— ponderea participării fiecărui partener la constituirea capitalului social,
— caracteristicile specifice fiecăreia dintre diferitele forme juridice prevăzute de legislația în vigoare, etc.

Pentru a vă sprijini în această alegere, descriem succint elementele definitorii ale formelor juridice admise de lege.

1.3.1. ÎNTREPRINZĂTORII INDIVIDUALI ȘI ASOCIAȚIILE FAMILIALE

sunt cea mai simplă formă de manifestare a inițiativei particulare în activitatea economică.

Persoanele fizice - numai cetățeni care au domiciliul în România.

Asociațiile familiale - se pot constitui între membrii unei familii cu gospodărie comună.

CE ACTIVITĂȚI POT FI DESFĂȘURATE:

HG 201/1990 prevede în anexă categoriile de **activități pentru care NU se pot organiza unități particulare:**

- fabricarea și comercializarea de:
  - — produse explozibile, toxice, otrăvuri, droguri, narcotice, radioactive;
  - — instalații și echipamente nucleare, echipament militar, arme, muniții;
  - — materiale pornografice;
- înființarea de case de toleranță;
- comerț cu inamicul;
- prelucrarea tutunului;
- jocuri de noroc, remedii secrete (vrăjitorie, ghicitori);
- extracția și prelucrarea țițeiului și gazelor naturale;
- prospectarea și extracția de cărbune, minereuri, sare, pietre semiprețioase;

Scanned with OKEN Scanner

- fabricarea spirtului;
- contrabandă, speculă;
- imprimarea hărților.

ACTIVITĂȚILE CARE NU SUNT INTERZISE, SUNT PERMISE. (Decretul-lege nr.54/1990 prevede într-o anexă lista orientativă a categoriilor de activități care pot fi organizate.)

RESTRICȚII DE CALIFICARE PROFESIONALĂ PENTRU PERSOANELE FIZICE INDEPENDENTE:

Desfășurarea anumitor activități este permisă numai **pe baza atestării profesionale** a persoanelor respective.

Atestarea se dovedește prin acte ca:

a) diploma de absolvire pentru: învățământ superior, mediu, școală profesională, cursuri de calificare și ucenicie (sau forme de învățământ asimilate acestora);

b) carte de meșteșugar sau lucrător;

c) dovezi oficiale (autorizații, procese-verbale de impunere, etc.) din care să rezulte exercitarea meseriei timp de cel puțin 3 ani.

Meseriile și specialitățile pentru care este necesară atestarea profesională sunt prevăzute în anexa la HG nr. 201/1990.

Persoanele care nu dețin acte doveditoare pot susține examen de atestare la Direcția muncii și protecției sociale (organ local de specialitate) din județul de domiciliu.

RESTRICȚII LEGATE DE SPAȚIUL FOLOSIT:

Primăriile au stabilit că pentru anumite activități - și anume acelea care produc zgomot, noxe - nu se eliberează autorizații de funcționare în apartamente situate în blocuri de locuințe. Fiecare Primărie afișează lista acestor activități.

AVANTAJE ȘI DEZAVANTAJE ale acestor forme artizanale de desfășurare a activităților economice față de societățile comerciale:

- **AVANTAJE:**

- filiera de autorizare este mai scurtă - doar 3 uși la care trebuie să bateți, față de 9 în cazul societăților comerciale;

- taxele de autorizare sunt mai puține și mai reduse;

- modalitatea de impozitare diferită - se percepe un impozit pe veniturile obținute, mai redus, în special pentru veniturile mici, decât impozitul pe profit aplicat societăților comerciale.

- **DEZAVANTAJE:**

- Nu se poate folosi personal salariat,

- Posibilități mai reduse de finanțare / creditare,

- Posibilități mai reduse de dezvoltare a activității.

Scanned with OKEN Scanner

1.3.2. SOCIETĂȚILE COMERCIALE

Societățile comerciale sunt persoane juridice distincte de persoana proprietarilor lor (asociați sau acționari). Ele desfășoară activități în nume propriu, au conducere și sediu propriu.

Societățile comerciale se constituie prin asociere pe baza unui contract de societate (societățile pe acțiuni pot fi constituite și pe bază de subscripție publică).

● **Societatea în nume colectiv (S.N.C.)** poate fi înființată de către doi sau mai mulți asociați, pe baza unui contract, fără a depune vreun capital social inițial.

Asociații contribuie, conform înțelegerii libere dintre ei, la constituirea patrimoniului social al societății, prin aporturi în bani și/sau natură; proporțiile contribuțiilor determină ponderile veniturilor la luarea deciziilor.

Obligațiile sociale ale S.N.C. sunt garantate cu patrimoniul social și cu răspunderea nelimitată și solidară a tuturor asociaților.

● **Societatea în comandită simplă (S.C.S.)** este o asociere între unul sau mai mulți asociați principali, numiți comanditați (care participă la administrarea societății și răspund împreună, nelimitat cu averea lor) și unul sau mai mulți asociați cu drepturi limitate, numiți comanditari (a căror răspundere este limitată la aportul de capital).

● **Societatea pe acțiuni (S.A.)** este o societate cu un capital de minim 1 milion lei și având cel puțin 5 acționari. Acțiunile emise pot fi la purtător sau nominative. O societate pe acțiuni poate fi constituită prin asociere sau prin subscripție publică. Obligațiile sociale ale S.A. sunt garantate cu patrimoniul social al acesteia; acționarii sunt obligați numai la plata acțiunilor.

● **Societatea în comandită pe acțiuni (S.C.A.)**: este o formă mai rar întîlnită a societăților în comandită. Este o asociere între investitori/comanditari (a căror răspundere se limitează la plata acțiunilor) și comanditați (care participă la conducerea societății și răspund solidar și nelimitat pentru datoriile și obligațiile societății).

● **Societatea cu răspundere limitată (S.R.L.)**: trebuie să aibă cel puțin un asociat și maximum 50. Capitalul social trebuie să aibă o valoare de minimum 100.000 lei, din care maximum 60% poate fi aport în natură, iar restul în numerar. Asociații răspund, participă la decizii și la beneficii proporțional cu contribuția fiecăruia la constituirea capitalului social.

Întrucât marea majoritate a societăților comerciale înființate până în prezent au optat pentru această formă juridică, prezentăm **principalele caracteristici și avantaje ale SRL:**

Scanned with OKEN Scanner

— **capital inițial relativ modest**
(100.000 lei față de 1.000.000 lei pentru SA);
— **număr relativ mic de asociați**
(1 până la 50, față de minim 5 pentru SA);
— **răspunderea asociaților se reduce la plata părților sociale**
(SNC nu necesită capital inițial, în schimb asociații răspund cu tot ce posedă);
— un asociat poate să înființeze și/sau să participe la oricâte SRL.
— aceasta este **singura formă juridică ce poate avea un proprietar (asociat) unic.**

Restricții: — o persoană poate fi asociat unic al unei singure SRL;
— o societate cu răspundere limitată nu poate avea ca asociat unic o altă SRL înființată de un asociat unic.

În caz de încălcare a acestor prevederi, orice persoană interesată precum și statul, prin Ministerul Finanțelor, pot cere dizolvarea pe cale judecătorească a societății astfel constituite.

Organizarea și funcționarea unei societăți sunt stabilite prin contract de societate și statut (SRL cu asociat unic necesită doar statut). Intrucât aceste documente sunt esențiale pentru desfășurarea activității viitoare, se recomandă să fie elaborate cu atenție, apelând la ajutorul unui bun consultant sau jurist. Costul serviciului (câteva zeci de mii de lei) va fi recuperat din plin:

— din veniturile obținute în primul an (ca și celelalte cheltuieli pentru înființare și pentru care trebuie păstrate chitanțele pentru decontare);

— prin evitarea unor posibile capcane legale sau incidente în funcționarea societății.

N.B. Obiectul de activitate din statut și contract se va codifica detaliat conform "Clasificării activităților din economia națională" editat de Comisia Națională pentru Statistică, ediția 1992 (vezi Lista Anexă 1.B/A).

1.4. CUM SE ÎNFIINȚEAZĂ O SOCIETATE COMERCIALĂ PARTICULARĂ ?

1.4.1. Parcursul necesar pentru autorizarea întreprinzătorilor persoane fizice și a asociațiilor familiale

ETAPA 1: *Obținerea autorizației* pentru constituirea de asociații familiale sau pentru desfășurarea de către persoane fizice independente a unor

628.999
BIBLIOTECA JUDEȚEANĂ „GH. ASACHI" IAȘI

Scanned with OKEN Scanner

activități economice. Autorizația se emite de către primăriile județene sau de sector din raza de domiciliu al solicitanților.

ACTE NECESARE:

— Cerere de autorizare și notă de prezentare (formulare tipizate).

— Dovada privind dreptul de folosire a spațiului (copie după actul de proprietate / contractul de închiriere).

— Chitanță pentru achitarea taxei de autorizare - între 280 și 2800 lei (cf. Legii 45/1990).

— Certificat de cazier.

În plus, după caz:

— Pentru asociațiile familiale:
acte care dovedesc gradul de rudenie

— Pentru persoane fizice care vor presta activități specializate:
acte privind atestarea profesională (vezi detalii mai sus)

— În cazul când se intenționează construirea / folosirea unui spațiu special pentru activitatea respectivă (chioșc, magazin, etc.):
autorizația de amplasare emisă de Comisia de Urbanism a Primăriei județene sau de sector (cf.Legii nr.50/1991)

— Pentru anumite domenii de activitate:
avize emise de organe de specialitate și / sau avize emise de Sanepid, Pompieri

— Pentru anumite activități ce se vor desfășura în apartamente situate în blocuri de locuințe:
acordul asociației de locatari.

În termen de 30 de zile Primăria eliberează AUTORIZAȚIA, care cuprinde: forma de organizare a activității economice (asociație familială / persoană fizică independentă), numele, adresa, obiectul de activitate, condiții specifice privitoare la desfășurarea activității.

ETAPA 2: *Obținerea certificatului de înmatriculare la Registrul Comerțului.*

În termen de 15 zile de la primirea autorizației, trebuie depuse la Oficiul local al Registrului Comerțului din raza de domiciliu al solicitantului următoarele ACTE:

— Cerere de înmatriculare (formular tipizat),

— Acte doveditoare (autorizația),

— Chitanță pentru plata taxei de înmatriculare (vezi Anexa 1.A).

Se obține CERTIFICATUL DE ÎNMATRICULARE ÎN REGISTRUL COMERȚULUI.

Scanned with OKEN Scanner

ETAPA 3: *Înregistrarea fiscală și obținerea codului fiscal.*

În termen de 5 zile de la obținerea certificatului de înmatriculare este necesară înscrierea în registrul fiscal și obținerea codului fiscal (se plătesc penalizări pentru depășirea termenului).

Pentru aceasta se completează și se depune la Direcția Finanțelor Publice sau Circumscripția financiară din raza de domiciliu DECLARAȚIA DE ÎNREGISTRARE pentru plătitorii de impozite (cf.HG nr.224/1993)

În termen de 15 zile de la depunere, se obține CERTIFICATUL DE ÎNREGISTRARE FISCALĂ, care conține CODUL FISCAL.

1.4.2. Parcursul necesar pentru autorizarea SNC și SRL.

(peste 90% din totalul înmatriculărilor)

ETAPA 1: *Verificarea*, la Oficiul local al Registrului Comerțului, a *acceptabilității numelui și a emblemei alese* pentru societatea dvs. (în conformitate cu prevederile *Legii 26/1990*), eventual rezervarea unui nume. Tot acum puteți verifica și preînregistra o marcă de comerț aleasă. (Vezi Anexa 1.A)

ETAPA 2: *Legalizarea statutului și a contractului de societate.*

La notariatul local, municipal sau județean; se solicită atâtea exemplare câți asociați sunt.

Taxa de legalizare - de 4100 lei - se plătește înainte, la orice agenție CEC, în contul notariatului respectiv.

Asociații semnează toate exemplarele în fața notarului după ce s-au legitimat cu actul de identitate.

Se fac cel puțin 6 xerocopii ale documentelor legalizate, pentru necesități ulterioare.

N.B. De aici înainte toate demersurile legale pot fi făcute de un reprezentant al asociaților: unul dintre ei, viitorul administrator sau o terță persoană special însărcinată (căreia trebuie să i se dea o procură, legalizată la notariat).

Tot acum, dacă este cazul, trebuie legalizată declarația (co)proprietarului viitorului sediu social. (Vezi detalii în Nota dinaintea etapei 6.)

ETAPA 3: *Depunerea capitalului inițial.*

Dacă o parte din capitalul social va fi constituit prin aport în natură, solicitați evaluarea aportului în natură de către un expert autorizat, recomandat de bancă sau de Asociația Națională a Experților Evaluatori din România - ANEVAR București, str. Iancu de Hunedoara nr. 48, sector 1, cu filiale în toate județele (=> *certificat de evaluare*);

Scanned with OKEN Scanner

Depuneți la bancă - sau la CEC într-un cont de consemnațiuni - suma totală sau diferența în numerar până la completarea capitalului inițial prevăzut în contractul de asociere (=> *certificat de depunere sau foaie de vărsământ CEC*).

ETAPA 4: *Obținerea certificatului de cazier de la poliție.*

De la circumscripția de poliție în raza căreia se află domiciliul stabil al solicitanților, fiecare viitor asociat va obține certificatul de cazier judiciar. Aceste certificate vor fi ulterior necesare în etapa 5, pentru obținerea avizului consultativ de la Camera de Comerț.

ETAPA 5: *Autorizarea la Tribunalul teritorial sau al Municipiului.*

DOCUMENTE NECESARE:

— contract de societate și statut,

— certificat de depunere a capitalului social,

— certificat de evaluare și acte de proprietate pentru aportul în natură (dacă e cazul),

— dovada dreptului de folosință pentru sediu, (vezi Nota dinaintea etapei 6),

— chitanța de 650 lei plătiți la orice agenție CEC, reprezentând taxa de timbru.

După verificarea documentelor, judecătorul fixează termen de judecată în interval de cca. o săptămână și înmânează solicitantului o cerere de avizare către Camera teritorială de Comerț și Industrie.

Camera de Comerț emite *avizul consultativ de utilitate* până la termenul de judecată prevăzut, pe baza următoarelor acte:

— contract de societate și statut (copii autentificate),

— certificat de cazier de la circa de poliție (sau cel puțin dovada de primire a cererii de cazier),

— chitanța de plată la casierie a taxei de avizare de 10.000 lei.

Dosarul, completat cu avizul de utilitate, este judecat în ședință publică, iar sentința este redactată în termen de 1-10 zile de la pronunțare.

Sentința devine *definitivă* după 15 zile, sau imediat după redactare, în urma prezentării unei declarații de renunțare la dreptul de recurs, ceea ce permite eliberarea imediată a 3 copii legalizate (3 timbre fiscale a 50 lei); pentru S.N.C. se obține încheiere judecătorească, fără a mai fi necesară ședință publică.

NOTĂ. Dovada dreptului de folosință pentru sediul social al viitoarei firme se face prin prezentarea contractului de proprietate sau a contractului de închiriere.

a) În cazul în care spațiul este deținut de unul dintre asociați în coproprietate

Scanned with OKEN Scanner

(de exemplu cu soțul / soția), este necesar să se anexeze declarația coproprietarului privind acordul acestuia pentru folosirea spațiului respectiv ca sediu social. Declarația trebuie legalizată la notariat, prin semnarea acesteia de către coproprietar în fața notarului.

b) Dacă sediul social va fi stabilit într-un spațiu deținut de alt proprietar decât unul dintre asociați, este necesară încheierea unui contract de închiriere și dovada plății impozitului corespunzător chiriei plătite pentru minim 1 an la circa financiară.

ETAPA 6: *Publicarea documentelor autentificate în Monitorul Oficial* (Str. Blanduziei nr. 1 București).

DOCUMENTE ce trebuie prezentate:

— contract de societate (numai pentru S.N.C.), în copie autentificată și xerocopie,

— sentința definitivă (sau încheierea judecătorească pentru S.N.C.), în copie legalizată și xerocopie,

— mandat poștal pentru 55.000 lei, taxă de publicare.

Se obține *dovada de primire*.

ETAPA 7: *Înmatricularea în Registrul Comerțului* (în termen de 15 zile de la data la care judecătorul a dispus, în condițiile legii, înmatricularea).

Formularul cererii de înmatriculare se obține de la Oficiul teritorial al Registrului Comerțului, pe baza prezentării dovezii de publicare în Monitorul Oficial.

Formularul completat în creion cu datele personale ale asociaților se prezintă Oficiului spre verificare, apoi se dactilografiază, se completează eventual cu macheta emblemei și se semnează de către reprezentantul asociaților.

DOCUMENTE NECESARE:

— formularul cererii în 3 exemplare,

— contract de societate, statut,

— sentința definitivă (sau încheierea judecătorească),

— dovada de la Monitorul Oficial,

— dovada dreptului de folosință pentru sediul societății,

— certificatul bancar de depunere a capitalului social (sau foaia de vărsământ CEC),

— evaluarea aportului în natură (dacă este cazul),

— chitanța de plată a taxelor de înmatriculare (vezi Anexa 1.A).

Certificatul de înmatriculare se obține în termen de 30 zile lucrătoare (sau 2 - 3 zile în caz de achitare a unei taxe de urgență de 30 %).

NOTA 1. Din momentul obținerii certificatului de înmatriculare societatea a

Scanned with OKEN Scanner

devenit persoană juridică și poate efectua activități autorizate (acte de comerț).

NOTA 2. Registrul Comerțului oferă și posibilități de informare — publicitate firmelor înmatriculate: pentru a beneficia de aceste facilități, completați CHESTIONARUL tipărit în facsimil în Anexa 1.B.

ETAPA 8: *Înregistrarea fiscală* (în termen de 5 zile de la înmatriculare).

▸ La Direcția Finanțelor Publice, pentru luare în evidență (penalizare 5.000 lei pentru depășirea termenului).

DOCUMENTE NECESARE:

— certificatul de înmatriculare în original, pe care va fi aplicată o ștampilă cu numărul respectiv (= > **dovadă**).

▸ La organul fiscal teritorial unde se completează un formular — declarație de înregistrare și se atribuie codul fiscal (penalizare 10.000 lei pentru depășirea termenului).

ETAPA 9: *Deschiderea contului bancar*, prin deblocarea capitalului social depus în numerar, în baza prezentării dovezii de înmatriculare, a contractului de societate și statutului (în copie autentificată).

ETAPA FINALĂ:

— Procurarea ștampilelor (cca. 6.000 lei), a formularelor financiar - contabile și deschiderea registrelor contabile.

— Obținerea avizelor de funcționare — după caz — de la Centrul de Medicină Preventivă, Pompieri, I.R.E., R.G. Apă-Canal, a codului de identificare SICOMEX pentru activități de comerț exterior de la Ministerul Comerțului etc.

SUCCES !

NOTĂ. Îndrumarul de mai sus s-a inspirat din reglementările și uzanțele în vigoare la 1 februarie 1994 în București. Va fi binevenită orice completare sau corectare, dacă apar modificări în reglementări sau neconcordanțe cu situații reale din teritoriu.

Vă mulțumim pentru observații.

Scanned with OKEN Scanner

Anexa 1.A

TAXE PENTRU ÎNMATRICULĂRI, MENȚIUNI ȘI RADIERI IN REGISTRUL COMERȚULUI

NR. CRT.	OPERAȚIUNI EFECTUATE LA CERERE	TARIF (LEI)
	A. Comercianți persoane fizice și asociații familiale	
1.	Înmatriculare	10.000
2.	Înscriere mențiuni	2.100
3.	Radiere	3.500
4.	Verificare firmă	1.200
5.	Rezervare firmă (pe 3 luni)	1.700
6.	Verificare emblemă	1.400
7.	Rezervare emblemă (pe 3 luni)	2.700
	B. Comercianți persoane juridice (societăți comerciale)	
1.	Înmatriculare - capital social: (vezi nota)	
	- până la 100.000 lei	17.000
	- 100.000 - 200.000 lei	27.000
	- 200.001 - 1.000.0000 lei	44.000
	- 1.000.001 - 2.000.000 lei	67.500
	- 2.000.001 - 5.000.000 lei	101.300
	- 5.000.001 - 10.000.000 lei	135.000
	- peste 10.000.000 lei	168.800
2.	Depunere prospect de emisiune acțiuni (S.A., S.C.A.) pt.:	

Scanned with OKEN Scanner

	- constituire societate prin subscripție publică	6.800
	- majorare capital social prin subscripție publică	0.5% din valoarea majorării de capital, dar nu mai mult de 150.000 lei
	- vânzare acțiuni	0.5% din valoarea totală a acțiunilor cuprinse în prospect, dar nu mai mult de 150.000 lei
3.	Înscriere mențiune (cu excepția celor de la pct. 4, 5, 6)	3.500
4.	Mărirea capitalului social - capital majorat:	
	- până la 100.000 lei	8.600
	- 100.001 - 200.000 lei	13.500
	- 200.001 - 1.000.000 lei	22.000
	- 1.000.001 - 2.000.000 lei	33.800
	- 2.000.001 - 5.000.000 lei	50.600
	- 5.000.001 - 10.000.000 lei	67.500
	- peste 10.000.000 lei	84.300
5.	Cesiune aport la capitalul social - valoare cesionată:	
	- până la 50.000 lei	6.800
	- 50.001 - 100.000 lei	10.100
	- 100.001 - 300.000 lei	13.500
	- 300.001 - 700.000 lei	17.000
	- 700.001 - 1.000.000 lei	23.600
	- 1.000.001 - 2.000.000 lei	28.200
	- 2.000.001 - 5.000.000 lei	33.800

Scanned with OKEN Scanner

	- peste 5.000.000 lei	50.700
6.	Depunere bilanț de lichidare	3.500
7.	Radiere - capital social:	
	- până la 200.000 lei	5.300
	- 200.001 - 1.000.000 lei	10.200
	- 1.000.001 - 5.000.000 lei	23.700
	- peste 5.000.000 lei	33.800
8.	Verificare firmă	2.700
9.	Rezervare firmă (pe 3 luni)	5.300
10.	Verificare emblemă	3.500
11.	Rezervare emblemă (pe 3 luni)	6.800
12.	Depunerea registrelor S.A. și S.C.A. după lichidarea acestora și arhivarea registrelor timp de 5 ani	17.000

NOTĂ. Taxele de înmatriculare sunt cele datorate de societăți comerciale cu capital integral românesc, pentru un obiect de activitate; pentru fiecare obiect de activitate suplimentar, taxele se majorează cu 40%, iar la societățile cu participare străină (cu excepția celor din Republica Moldova) se adaugă 50%.

Taxele pentru înmatricularea sucursalelor sau filialelor reprezintă 70% din valoarea celor plătite pentru înmatricularea sediului central.

Categoriile de obiecte de activitate sunt:

1. Producție de mărfuri, inclusiv importul pentru producție și desfacerea en gros a producției proprii;
2. Comerț intern;
3. Import - export;
4. Construcții;
5. Servicii.

Nivelul taxelor este cel în vigoare în luna februarie 1994.

Scanned with OKEN Scanner

Camera de Comerț și Industrie a României
Oficiul Național al Registrului Comerțului
Calea Victoriei 133-135, sector 1, București
Tel.: 650.31.75., Fax: 312.96.61

Anexa 1.B

Acest chestionar, completat, se va returna la Oficiul Național al Registrului Comerțului
Nr. înreg.....
Data.....

CHESTIONAR

pentru publicitatea comercială a firmelor înmatriculate în Registrul Comerțului

Doamnă, Domnule,

Ca o condiție a existenței lor legale, toate categoriile de comercianți-persoane fizice și persoane juridice, au obligația de a se înmatricula în Registrul Comerțului.

De asemenea, pe parcursul existenței lor, comercianții trebuie să înscrie, în același registru, modificările intervenite în actele constitutive, prevăzute de lege, iar la încelarea activității să solicite radierea din Registrul Comerțului

Toate aceste informații acumulate în Registrul Comerțului se constituie într-o bancă de date computerizată, care, în temeiul legii nr. 26/1990, este ținută la dispoziția tuturor celor interesați, (din țară și străinătate) să-și cunoască partenerii de afaceri, adresa completă și exactă unde pot fi contactați în interes de afaceri, profilul real al activității desfășurate, potențialul de afaceri, bonitatea și sericzitatea.

Astfel, oficiile registrului comerțului oferă (cf. art.4 Legea 26/90).

- oricărei persoane,
- contra cost,
- informațiile existente în bazele de date locale, iar la nivel de Registru Central, aceste informații au o cuprindere națională.

Orice om de afaceri care dorește:

să verifice existența, obiectul de activitate, numele persoanelor care pot angaja o firmă

- găsește date certe la registrul comerțului.

să-și lărgească sfera relațiilor de afaceri cu noi parteneri, furnizori sau clienți;

- poate apela la serviciile de informații oferite de registrul comerțului.

Prin includerea în:

- pachetul de informații furnizate la cerere directă;
- diferite cataloage editate de registrul comerțului;
- convenții de schimb de informații de afaceri încheiate cu camere de comerț și industrie din alte țări (Franța, Italia, Marea Britanie etc),

comercianții cuprinși în evidențele automatizate ale registrului comerțului beneficiază, în mod gratuit, de publicitate comercială.

Pentru asigurarea unei calități și eficiențe maxime a informațiilor comerciale oferite la cerere sau prin cataloage, convenții, misiuni economice etc. a fost elaborat acest chestionar.

Răspunzînd la acest chestionar cît mai exact și complet *acționați în favoarea creșterii notorietății firmei dumneavoastră și a descoperirii de noi parteneri comerciali, din țară și străinătate.*

Vă rugăm, deci, să nu ezitați să completați și să depuneți cît mai urgent acest chestionar, sau să ne contactați în cazul în care aveți nevoie de asistență în completarea acestui chestionar la: telefon: 659.28.76 d^na Maria Buțecan sau Emilia Bobrițki

Mulțumim pentru completarea acestui chestionar, **noi îl vom utiliza mai bine în interesul dumneavoastră.**

Scanned with OKEN Scanner

I FIRMA DVS. ȘI ADRESA EXACTĂ

1. Denumire _____ (Nr. de înmatriculare) **J** ☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

2. Forma juridică ☐☐ **3. Sediul firmei: Județ** _____

Localitate _____ **Cod poștal** ☐☐☐☐☐☐

Str. sau[1] _____ **Nr.** _____ **Bloc** _____ **Ap.** ____

Sector _____ **Oficiu poștal** _____ **Căsuță poștală** _____

Prefix ☐☐ **Tel**[2]**:** ☐☐☐☐☐☐☐☐ **Fax:** ☐☐☐☐☐☐☐☐ **Tlx:**[3] ☐☐☐☐☐☐

Cod fiscal ☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

4. Persoană(e) de contact
(funcția și telefon d[ta]/d[l])

1.			
2.			
3.			

II POTENȚIALUL DE AFACERI ȘI MĂRIMEA FIRMEI

5. Tip capital : ☐ **Stat** ☐ **Stat și privat** ☐ **Privat** ☐ **Cu investiție străină**

6. Cifra de afaceri din ultimul bilanț[4] _____

7. Număr angajați ☐☐☐☐☐ **8. Banca de referință** _____

III ACTIVITATEA FIRMEI DUMNEAVOASTRĂ

9. Profil de bază[5] ☐ **Producător** ☐ **Angrosist** ☐ **Importator** ☐ **Exportator**
(marcați un singur profil)
☐ **Detailist** ☐ **Prestator servicii** ☐ **Constructor**

10. Activitatea corespunzătoare profilului de bază ☐☐☐
(completați un singur cod din Indexul domeniilor de activitate - Vol.1, pag.A21)

11. Detalii asupra activității curente[6]
(completați cu codurile din Indexul domeniilor de activitate Vol.1, pag.A21 în ordinea descrescătoare a priorităților)

Producție agricolă					
Producție industrială					
Comerț cu ridicata					
Comerț cu amănuntul					
Servicii					
Import					
Export					
Construcții					
Altele					

IV FIRMĂ MAMĂ, FILIALĂ, SUCURSALĂ

12. Este firma dvs. ☐ **filială** ☐ **sucursală a altei firme?**

Dacă da, specificați: Numele firmei mamă _____

Adresa _____

Naționalitatea (dacă firma este străină) _____

13. Are firma dvs. ☐ **filiale** ☐ **sucursale** ☐ **în țară** ☐ **în străinătate**
(Completați numărul lor)

Data : _____ **Semnătura și ștampila firmei** _____

1. Se va completa cu P-ța., Bd., Șos., Intr...., Aleea, Comuna, etc., după caz.

2. Numerele de telefon și de fax constituie elemente indispensabile în realizarea unor relații directe și rapide.

3. Se va indica și codul de răspuns.

4. Această cifră reprezintă totalitatea veniturilor unei firme, din vînzări și/sau prestări servicii, în decursul unui an financiar.

5. Profilul de bază este determinat de activitatea cu cea mai mare pondere în veniturile firmei.

6. Activitatea curentă = activitatea de bază + activități auxiliare activităților de bază + alte activități realizate în mod curent.

Scanned with OKEN Scanner

ANEXA A

(coduri de activităţi)

PRODUCŢIE AGRICOLĂ

01 AGRICULTURĂ

CULTURA DE:
- 0111 CEREALE
- 0112 LEGUME-BOABE
- 0113 CARTOFI, PLANTE TEHNICE ŞI MEDICINALE
- 0114 PLANTE DE NUTREŢ
- 0115 LEGUME, CIUPERCI
- 0116 FLORI (HORTICULTURĂ)
- 0117 POMICULTURĂ
- 0118 VITICULTURĂ

CREŞTEREA:
- 0121 BOVINELOR
- 0122 OVINELOR, CAPRINELOR
- 0123 PORCINELOR
- 0124 CABALINELOR, MĂGARILOR
- 0125 PĂSĂRILOR

0126 APICULTURĂ
0127 SERICICULTURĂ (VIERMI DE MĂTASE)
0128 ANIMALE PENTRU BLANĂ, ALTE SPECII
0130 CULTURĂ VEGETALĂ + CREŞTEREA ANIMALELOR

02 SILVICULTURĂ

0211 CONSERVARE, DEZVOLTARE FOND FORESTIER
0212 VALORIFICAREA PRODUSELOR PĂDURII
0221 EXPLOATARE FORESTIERĂ
0222 EXPLOATARE STUF
0230 ECONOMIA VÎNATULUI
0240 SERVICII ANEXE

05 PISCICULTURĂ

0511 PESCUIT ÎN APELE INTERIOARE ŞI ÎN MAREA NEAGRĂ
0512 CREŞTEREA PEŞTELUI
0521 PESCUIT OCEANIC

PRODUCŢIE INDUSTRIALĂ

10 EXTRACŢIE ŞI PREPARARE CĂRBUNE

1010 ANTRACIT ŞI HUILĂ
1020 BRUN ŞI LIGNIT
1030 TURBĂ
1040 ŞISTURI ŞI NISIPURI BITUMINOASE

11 EXTRACŢIE ŞI PREPARARE PETROL ŞI GAZE

1110 PETROL BRUT
1120 GAZE NATURALE

12 EXTRACŢIE ŞI PREPARARE MINEREU RADIOACTIV

1200 MINEREU RADIOACTIV

13 EXTRACŢIE ŞI PREPARARE MINEREU METALIFER

1310 MINEREURI FEROASE
1320 MINEREURI NEFEROASE ŞI RARE

14 ALTE ACTIVITĂŢI EXTRACTIVE

1411 PIATRĂ PENTRU CONSTRUCŢII
1412 CALCAR, GIPS ŞI CRETĂ
1413 ARDEZIE
1421 PIETRIŞ ŞI NISIP
1422 ARGILĂ ŞI CAOLIN
1430 MINEREURI PENTRU INDUSTRIA CHIMICĂ
1430 SARE
1450 ALTE MINEREURI NEMETALIFERE

15 INDUSTRIA ALIMENTARĂ

1511 PRODUCŢIA ŞI PRELUCRAREA CĂRNII (EXCL. PASĂRE)
1512 PRODUCŢIA ŞI PRELUCRAREA CĂRNII DE PASĂRE
1513 PRODUCŢIE DIN CARNE (INCL. PASĂRE)
1520 PRELUCRARE ŞI CONSERVARE PEŞTE
1531 PRELUCRARE ŞI CONSERVARE CARTOFI
1532 PREPARARE SUCURI
1533 PREPARARE ŞI CONSERVARE LEGUME-FRUCTE

FABRICAREA:
- 1541 ULEIURILOR BRUTE
- 1542 ULEIURILOR RAFINATE
- 1543 MARGARINEI
- 1551 BRÎNZETURILOR, LACTATELOR
- 1552 ÎNGHEŢATEI
- 1561 PRODUSELOR DE MORĂRIT
- 1562 AMIDONULUI
- 1570 PRODUSELOR PENTRU HRANA ANIMALELOR
- 1581 PRODUSELOR DE PANIFICAŢIE-PATISERIE
- 1582 BISCUIŢILOR
- 1583 ZAHĂRULUI
- 1584 CACAO, CIOCOLATEI
- 1585 PASTELOR FĂINOASE
- 1586 CEAIULUI, CAFELEI
- 1587 CONDIMENTELOR (SOSURI)
- 1588 PREPARATELOR DIETETICE
- 1589 ALTOR PRODUSE ALIMENTARE
- 1591 BĂUTURILOR ALCOOLICE DISTILATE
- 1592 ALCOOLULUI ETILIC
- 1593 VINULUI DIN STRUGURI
- 1594 VINULUI DIN FRUCTE
- 1595 ALTOR BĂUTURI NEDISTILATE
- 1596 BEREI
- 1597 MALŢULUI

1598 ÎMBUTELIEREA APEI MINERALE
1599 FABRICAREA DE BĂUTURI NEALCOOLICE

16 INDUSTRIA TUTUNULUI

1600 ŢIGARETE

17 INDUSTRIA TEXTILĂ

FILAREA ÎN FIRE:
- 1711 BUMBAC
- 1712 LÎNĂ CARDATĂ
- 1713 LÎNĂ PIEPTĂNATĂ
- 1714 IN, CÎNEPĂ ŞI IUTĂ

1715 PRELUCRARE MĂTASE NATURALĂ, FIRE SINTETICE
1716 FABRICAREA AŢEI
1717 ALTE FIRE ŞI FIBRE

ŢESĂTURI TIP:
- 1721 BUMBAC
- 1722 LÎNĂ CARDATĂ
- 1723 LÎNĂ PIEPTĂNATĂ
- 1724 MĂTASE
- 1725 IN, CÎNEPĂ ŞI IUTĂ
- 1726 ALTE ŢESĂTURI

1730 FINISARE TEXTILĂ

FABRICAREA:
- 1740 ARTICOLE TEXTILE (PĂTURI, SACI, LAVETE, DRAPERII)
- 1751 COVOARE, MOCHETE
- 1752 SFORI, FRÎNGHII
- 1753 STOFE
- 1754 ALTE ARTICOLE TEXTILE (VATĂ, PASMANTERII, PÎSLĂ, CURELE DE TRANSMISIE)

Scanned with OKEN Scanner

FABRICAREA:

1760 STOFE TRICOTATE
1771 CIORAPI
1772 PULOVERE
1773 ÎMBRĂCĂMINTE TRICOTATĂ
1774 LENJERIE DE CORP
1775 ALTE ARTICOLE TRICOTATE

18 INDUSTRIA CONFECȚIILOR TEXTILE, BLĂNURI, PIELE

FABRICAREA:

1810 ARTICOLE ÎMBRĂCĂMINTE-PIELE
1821 ARTICOLE ÎMBRĂCĂMINTE-LUCRU
1822 ALTE ARTICOLE
1823 ARTICOLE LENJERIE CORP
1824 ALTE ARTICOLE ÎMBRĂCĂMINTE
1831 FINISAREA BLĂNURILOR
1832 CONFECȚII ARTICOLE BLANĂ

19 INDUSTRIA PIELĂRIEI ȘI ÎNCĂLȚĂMINTEI

1910 FINISAREA PIEILOR

FABRICAREA:

1920 ARTICOLE DE VOIAJ ȘI MAROCHINĂRIE
1931 ÎNCĂLȚĂMINTE DIN PIELE ȘI ÎNLOCUITORI
1932 ÎNCĂLȚĂMINTE DIN CAUCIUC ȘI MASE PLASTICE

20 INDUSTRIA PRELUCRĂRII LEMNULUI

2010 PRELUCRAREA BRUTĂ LEMN (CHERESTEA)
2020 PRODUCȚIE DE PLACAJ, FURNIRE, PLĂCI

FABRICAREA:

2030 ELEMENTE TÎMPLĂRIE PENTRU CONSTRUCȚII
2040 AMBALAJE DIN LEMN (BUTOAIE, CUTII)
2051 ALTOR PRODUSE DIN LEMN (MĂTURI, PERII, RAME, CHIBRITURI, RECHIZITE, PODOABE)
2052 ARTICOLE DIN PLUTĂ ȘI ÎMPLETITURI DIN NUIELE

21 INDUSTRIA CELULOZEI, HÎRTIEI, CARTONULUI

FABRICAREA

2111 CELULOZEI
2112 HÎRTIEI ȘI CARTONULUI
2121 AMBALAJELOR
2122 PRODUSE DE UZ GOSPODĂRESC
2123 ART. PAPETĂRIE (PLICURI)
2124 TAPETULUI
2125 ALTE ART. HÎRTIE ȘI CARTON

22 EDITURI, POLIGRAFIE, REPRODUCEREA ÎNREGISTRĂRILOR PE SUPORȚI

EDITARE:

2211 CĂRȚI, PUBLICAȚII
2212 ZIARE
2213 REVISTE
2214 SUPORȚI ÎNREGISTRARE AUDIO
2215 SUPORȚI ÎNREGISTRARE VIDEO
2216 SUPORȚI ÎNREGISRĂRI INFORMATICE
2217 ALTE ACTIVITĂȚI DE EDITARE
2221 TIPĂRIRE ZIARE
2222 ALTE ACTIVITĂȚI DE TIPĂRIRE
2223 LEGĂTORIE
2224 ALTE ACTIVITĂȚI ANEXE

23 INDUSTRIA DE PRELUCRARE A ȚIȚEIULUI, COCSIFICAREA CĂRBUNELUI ȘI TRATAREA COMBUSTIBILILOR NUCLEARI

2310 COCSIFICAREA CĂRBUNELUI
2320 PRELUCRAREA ȚIȚEIULUI
2330 PRELUCRAREA COMBUSTIBILILOR NUCLEARI

24 INDUSTRIA CHIMICĂ

FABRICAREA:

2411 DE GAZE
2412 DE COLORANȚI
2413 ALTOR PRODUSE CHIMICE ANORGANICE (HIDROGEN, OXIGEN, OXIZI ETC.
2414 ALTOR PRODUSE CHIMICE ORGANICE (ALCOOLI, ACIZI, ALDEHIDE)
2415 DE ÎNGRĂȘĂMINTE
2416 MATERIALELOR PLASTICE PRIMARE
2417 CAUCIUCULUI SINTETIC
2418 BUTAN, TOLUEN
2420 PESTICIDE
2430 DE LACURI ȘI VOPSELE
2441 PRODUSE FARMACEUTICE DE BAZĂ
2442 MEDICAMENTELOR
2451 SĂPUNULUI, DETERGENȚILOR
2452 DE PARFUMURI
2463 DE ULEIURI ESENȚIALE
2464 DE SUBSTANȚE CHIMICE FOTO, FILM
2465 SUPORȚI ÎNREGISTRARE
2466 ALTE PRODUSE CHIMICE
2470 FIRE ȘI FIBRE SINTETICE

25 INDUSTRIA CAUCIUCULUI, MASE PLASTICE

2511 FABRICAREA PNEURILOR
2512 REEȘAPAREA PNEURILOR

FABRICAREA

2513 ALTOR PRODUSE DIN CAUCIUC
2521 PLĂCI, TUBURI, ETC.
2522 AMBALAJE
2523 DE ARTICOLE PENTRU CONSTRUCȚII
2524 ALTOR ARTICOLE

26 INDUSTRIA ALTOR PRODUSE DIN MINERALE NEMETALICE

2611 FABRICAREA STICLEI PLATE
2612 PRELUCRAREA STICLEI PLATE
2613 FABRICAREA ART. DE STICLĂ

FABRICAREA

2614 FIBRELOR DIN STICLĂ
2615 STICLĂRIEI TEHNICE
2621 ART. CERAMICE
2622 OBIECTELOR SANITARE
2623 IZOLATORI CERAMICI
2624 PRODUSELOR CERAMICE
2625 ALTOR PRODUSE CERAMICE
2626 CĂRĂMIZI CERAMICE
2630 PLĂCI CERAMICE
2640 CĂRĂMIZI, ȚIGLĂ
2651 CIMENTULUI
2652 VARULUI
2653 IPSOSULUI
2661 ELEMENTE BETON CONSTRUCȚII
2662 ELEMENTE IPSOS
2663 BETONULUI
2664 MORTARULUI
2665 PRODUSE AZBOCIMENT
2666 ALTE ELEMENTE DIN BETON, CIMENT, IPSOS
2670 TĂIEREA, PRELUCRAREA PIETREI
2681 FABRICAREA PRODUSELOR ABRAZIVE
2682 FABRICAREA ALTOR PRODUSE (ASFALT, GRAFIT, BITUM ETC.)

27 INDUSTRIA METALURGICĂ

PRODUCȚIA:

2710 METALE FEROASE (FONTĂ, LAMINATE, TABLĂ)
2721 TUBURI DE FONTĂ
2722 TUBURI DE OȚEL
2731 TRAGEREA LA RECE
2732 LAMINAREA LA RECE

Scanned with OKEN Scanner

2733 PROFIL LA RECE
2734 TREFILARE LA RECE
2735 ALTE PRODUSE METALURGICE

PRODUCȚIA:
2741 METALE PREȚIOASE
2742 DE ALUMINIU
2743 PRELUCRAREA ALUMINIULUI

TURNAREA:
2751 FONTEI
2752 OȚELULUI
2753 METALE NEFEROASE
2754 METALE FEROASE

28 INDUSTRIA CONSTRUCȚIILOR METALICE

2811 CONSTRUCȚII METALICE
2812 STRUCTURI ȘI TÎMPLĂRII METALICE
2820 PRODUCȚIA CONTAINERE METALICE
2830 PRODUCȚIA CAZANE ABURI
2840 FABRICAREA PRODUSELOR PRIN DEFORMARE PLASTICĂ (PULBERI METALICE)
2851 TRATAREA ȘI ACOPERIREA METALELOR

FABRICAREA:
2861 CUȚITELOR
2862 UNELTELOR DE MÎNĂ
2863 ARTICOLE FERONERIE
2864 ALTOR ARTICOLE FIERĂRIE
2871 REZERVOARE OȚEL
2872 AMBALAJE (BIDOANE)
2873 ARTICOLE DIN FIRE METALICE (SÎRME, PLASE DE SÎRMĂ, ETC.)
2874 ȘURUBURI, LANȚURI, ARCURI
2875 ALTOR ARTICOLE DIN METAL

29 PRODUCȚIA DE MAȘINI ȘI ECHIPAMENTE

FABRICAREA:
2911 DE MOTOARE ȘI TURBINE
2912 POMPE ȘI COMPRESOARE
2913 ARTICOLE ROBINETE
2914 RULMENȚI
2921 CUPTOARE
2922 LIFTURI, PODURI RULANTE
2923 VENTILATOARE
2924 ALTOR ECHIPAMENTE
2931 TRACTOARELOR
2932 UTILAJE AGRICOLE
2940 MAȘINI UNELTE
2951 UTILAJE PENTRU METALURGIE
2953 UTILAJE PENTRU PRELUCRAREA PRODUSELOR ALIMENTARE
2954 UTILAJE PENTRU IND. TEXTILĂ
2955 UTILAJE PENTRU IND. HÎRTIEI
2956 UTILAJE PENTRU FORAJ
2957 ALTOR UTILAJE
2971 DE APARATE ELECTROCASNICE
2972 DE APARATE NEELECTRICE
2973 DE RADIATOARE

30 PRODUCȚIA DE MIJLOACE TEHNICĂ CALCUL

FABRICAREA:
3001 MAȘINI BIROU
3002 CALCULATOARELOR

31 PRODUCȚIA DE MAȘINI ȘI APARATE ELECTRICE

PRODUCȚIA DE:
3110 MOTOARE, TRANSFORMATOARE ELECTRICE
3120 PANOURI, ÎNTRERUPĂTOARE
3130 FIRE, CABLURI ELECTRICE
3140 ACUMULATORI
3150 LĂMPI ILUMINAT
3161 MATERIALE ELECTRICE PT. VEHICULE
3162 ALTE MATERIALE ELECTRICE

32 PRODUCȚIA DE ECHIPAMENTE RADIO ȘI T.V.

PRODUCȚIE DE:
3210 TUBURI ELECTRICE
3220 EMIȚĂTOARE RADIO TV, APARATE TELEFONICE, TELEGRAFICE
3230 RADIO TV, APARATE DE ÎNREGISTRARE ȘI DE PRODUCERE AUDIO VIDEO

33 PROD. DE APARATURĂ ȘI INSTRUMENTE MEDICALE

PRODUCȚIE DE:
3310 APARATURĂ ȘI INSTRUMENTE MEDICALE
3320 APARATURĂ DE MĂSURĂ
3330 APARATE DE MĂSURĂ PT. IND.
3340 INSTRUMENTE OPTICE, MATERIALE FOTO
3350 CEASURI

34-35 IND. MIJLOACE TRANSPORT RUTIER

PRODUCȚIE DE:
3410 AUTOVEHICULE
3420 CAROSERII, REMORCI
3430 PIESE PT. AUTOVEHICULE
3511 CONSTRUCȚII NAVALE
3512 CONSTRUCȚII NAVE SPORTIVE
3513 REPARAȚII NAVALE
3514 REPARAȚII NAVE SPORTIVE
3520 PRODUCȚIE ȘI REPARARE MATERIAL RULANT
3531 CONSTRUCȚII DE AERONAVE
3532 REPARAȚII DE AERONAVE

PRODUCȚIE DE:
3541 MOTOCICLETE
3542 BICICLETE
3543 VEHICULE PT. INVALIZI
3550 ALTE MIJLOACE DE TRANSPORT

36 PRODUCȚIE DE MOBILIER

PRODUCȚIE DE:
3611 SCAUNE LEMN
3612 MOBILĂ PT. BIROU
3613 MOBILĂ BUCĂTĂRIE
3614 ALTE TIPURI MOBILIER
3615 SCAUNE DIN METAL
3617 MOBILIER DIN METAL

FABRICAREA DE:
3621 MONEDE ȘI MEDALII
3622 BIJUTERII
3630 INSTRUMENTE MUZICALE
3640 ART. SPORTIVE
3650 JOCURI, JUCĂRII
3661 BIJUTERII (IMITAȚII)
3662 MĂTURI, PERII
3663 ALTE PRODUSE MANUFACTURIERE

37 RECICLAREA DEȘEURILOR ȘI RESTURILOR MATERIALE

RECICLAREA:
3710 RESTURI METALICE
3720 RESTURI NEMETALICE

40 PRODUCȚIA, DISTRIBUȚIA ENERGIEI ELECTRICE, TERMICE, GAZE

4011 PROD. ENERGIE ELECTRICĂ
4012 TRANSPORT ȘI DISTRIBUȚIE ENERGIE ELECTRICĂ
4020 TRANSPORT ȘI DISTRIBUȚIE GAZE
4031 PRODUCERE APĂ CALDĂ, ABURI
4032 TRANSPORT ȘI DISTRIBUȚIE ABURI, APĂ CALDĂ

Scanned with OKEN Scanner

41 CAPTAREA, PURIFICAREA ŞI DISTRIBUŢIA APEI

4101 CAPTAREA APEI
4102 PURIFICAREA ŞI DISTRIBUŢIA APEI

CONSTRUCŢII

45 CONSTRUCŢII

4511 DEMOLAREA IMOBILELOR
LUCRĂRI:
4512 DE FORAJ
4521 CONSTRUCŢII CLĂDIRI
4522 ACOPERIŞURI
4523 CONSTRUCŢII AUTOSTRĂZI, DRUMURI, CĂI FERATE, STADIOANE, TERENURI DE SPORT
4524 CONSTRUCŢII HIDROTEHNICE
4525 ALTE CONSTRUCŢII

COMERŢ

50 VÎNZAREA, ÎNTREŢINEREA ŞI REPARAREA AUTOVEHICOLELOR

5010 COMERŢ CU AUTOVEHICULE
5030 COMERŢ CU PIESE PT. AUTOVEHICULE
5041 VÎNZAREA MOTOCICLETELOR
5050 VÎNZAREA CU AMĂNUNTUL DE CARBURANŢI PT. AUTOVEHICULE (BENZINĂ, LUBREFIANŢI, GAZ)

51 COMERŢ CU RIDICATA, INTERMEDIERI ŞI IMPORT EXPORT

5111 MATERII PRIME AGRICOLE, ANIMALE VII, TEXTILE
5112 COMBUSTIBIL, MINERALE, PROD. CHIMICE
5113 MATERIAL LEMNOS ŞI DE CONSTRUCŢII
5114 MAŞINI, ECHIPAMENTE IND., NAVE ŞI AVIOANE
5115 MOBILĂ, ARTICOLE DE MENAJ, FIERĂRIE
5116 TEXTILE, CONFECŢII, ÎNCĂLŢĂMINTE, ART. DIN PIELE
5117 PRODUSE ALIMENTARE, BĂUTURI, TUTUN
5118 PRODUSE NECLASIFICATE ÎN ALTĂ PARTE (FARMACEUTICE, MEDICALE, COSMETICE)
5119 PRODUSE DIVERSE NEINCLUSE ÎN ALTE CATEGORII
5121 CEREALE, SEMINŢE, FURAJE
5122 FLORI
5123 ANIMALE VII
5124 PIEI BRUTE, PRELUCRATE, BLĂNURI
5125 TUTUN NEPRELUCRAT
5131 FRUCTE, LEGUME
5133 LACTATE, OUĂ, ULEIURI
5134 PEŞTE
5135 BĂUTURI
5136 TUTUN
5137 ZAHAROASE
5138 CAFEA, CEAI, CACAO
5139 ALTE PRODUSE ALIMENTARE
5141 TEXTILE
5142 ÎMBRĂCĂMINTE, ÎNCĂLŢĂMINTE, BLĂNURI
5143 APARATE ELECTRICE ŞI DE UZ GOSPODĂRESC
- APARATE RADIO TV, DISCURI, BENZI
- INSTRUMENTE MUZICALE
- MOBILĂ UZ CASNIC
- APARATE UZ CASNIC
5144 STICLĂRIE, CERAMICĂ, LACURI, VOPSELE
5145 COSMETICE, PARFUMERIE
5146 FARMACEUTICE, INSTRUMENTE MEDICALE
5147 ALTE BUNURI DE CONSUM
- PRODUSE DIN PIELE, ARTICOLE DE VOIAJ
- CĂRŢI, ZIARE, REVISTE
- HÎRTIE, CARTON, ARTICOLE FOTO, OPTICE
- JOCURI, JUCĂRII
- CEASURI, BIJUTERII
- ARTICOLE SPORT
5151 COMBUSTIBILI SOLIZI, LICHIZI , GAZOŞI
5152 MINEREURI METALICE
5153 MATERIALE DE CONSTR., LEMNOS NEPRELUCRAT
5154 ECHIP. FIERĂRIE, IPSOSERIE, ÎNCĂLZIRE
5155 PRODUSE CHIMICE
5156 ALTE PRODUSE NECLASIFICATE
5157 DEŞEURI, RESTURI
5161 MAŞINI UNELTE PT. PRELUCRARE METAL ŞI LEMN
5162 MAŞINI PT. CONSTRUCŢII
5163 MAŞINI PT. IND. TEXTILĂ
5164 MAŞINI PT. BIROU
5165 ALTE MAŞINI
5166 MAŞINI, UTILAJE, UNELTE, TRACTOARE AGRICOLE
5170 ALTE TIPURI DE COMERŢ CU RIDICATA (IMPORT-EXPORT PT. MAI MULTE PRODUSE – NESPECIALIZAT)

52 COMERŢ CU AMĂNUNTUL

5211 PRODUSE ALIMENTARE, BĂUTURI, TUTUN
5212 ALTE TIPURI DE COMERŢ CU AMĂNUNTUL:
- ELECTROCASNICE, FIERĂRIE
5221 FRUCTE, LEGUME
5222 LACTATE, OUĂ
5223 CARNE
5224 PEŞTE
5225 PÎINE
5226 BĂUTURI
5227 TUTUN
5228 ALTE TIPURI PRODUSE ALIMENTARE, BĂUTURI
5231 PRODUSE FARMACEUTICE
5232 ARTICOLE MEDICALE
5233 ARTICOLE COSMETICE
5241 TEXTILE
5242 ÎMBRĂCĂMINTE BLANĂ
5243 ÎNCĂLŢĂMINTE, ART. DIN PIELE
5244 ARTICOLE ILUMINAT, MOBILĂ
5245 RADIO TV, APARATE DE UZ GOSPODĂRESC, BENZI MAGNETICE
- PRODUSE DIN LEMN, PLUTĂ
- INSTRUMENTE MUZICALE
- VESELĂ
5246 ARTICOLE DE FIERĂRIE, VOPSELE, STICLĂ
5247 CĂRŢI, REVISTE, ZIARE, RECHIZITE:
- ACCESORII FOTO, OPTICE
- INSTRUMENTE DE PRECIZIE
5248 ALTE TIPURI DE COMERŢ CU AMĂNUNTUL:
- CALCULATOARE, SOFTWARE
- CEASURI
- BIJUTERII
- MATERIALE SPORTIVE, BICICLETE
- JOCURI, JUCĂRII
- FLORI, PLANTE, SEMINŢE
- ANIMALE DE INTERIOR
- SUVENIRURI
- LEMNE PT. FOC, CĂRBUNE
- PĂCURĂ, GAZ LICHEFIAT, COMBUSTIBIL
- PRODUSE NEINCLUSE ÎN ALTE CATEGORII
5250 CONSIGNAŢII
5261 COMERŢ PRIN POŞTĂ
5262 ORICE FEL DE PRODUSE PRIN CHIOŞCURI, LOCURI MOBILE, FIXE, PIEŢE, TÎRGURI
5263 ALTE TIPURI DE COMERŢ CU AMĂNUNTUL CARE NU SE EFECTUEAZĂ PRIN MAGAZINE

SERVICII

SERVICII ÎN AGRICULTURĂ:

0141 SERVICII MECANIZARE - CHIMIZARE
0142 SERVICII REPRODUCŢIE, CREŞTEREA ANIMALELOR
0143 SERVICII ÎMBUNĂTĂŢIRI FUNCIARE, IRIGAŢII
0144 ALTE SERVICII: ANALIZE ŞI PĂSTRARE SEMINŢE

Scanned with OKEN Scanner

SERVICII ÎN PISCICULTURĂ

0513 ACTIVITĂŢI ANEXE DE PESCUIT ÎN APELE TERITORIALE
0522 ACTIVITĂŢI ANEXE DE PESCUIT OCEANIC

SERVICII DE ÎNREGISTRARE SUPORŢI:

2231 ÎNREGISTRĂRI AUDIO
2232 ÎNREGISTRĂRI VIDEO
2233 ÎNREGISTRĂRI INFORMATICE

SERVICII ÎN CONSTRUCŢII:

4531 INSTALAŢII ELECTRICE
4533 INSTALAŢII SANITARE
4541 IPSOSERIE
4542 TÎMPLĂRIE INTERIOARĂ
4543 PARDOSERIE
4544 VOPSITORIE, ZUGRĂVELI, MONTAT GEAMURI
4545 FINISARE
4550 ÎNCHIRIEREA DE UTILAJE DE CONSTRUCŢII ŞI DEMOLARE

REPARAŢII AUTO

5021 ÎNTREŢINEREA ŞI REPARAREA AUTOVEHICULELOR
5022 REPARAŢII AUTOVEHICULELOR ÎN UNITĂŢI IND.
5042 REPARAREA ŞI ÎNTREŢINEREA MOTOCICLETELOR

REPARAŢII ARTICOLE PERSONALE ŞI GOSPODĂREŞTI

5271 REPARAŢII ÎNCĂLŢĂMINTE ARTICOLE DIN PIELE
5272 REPARAŢII ARTICOLE ELECTRICE
5273 REPARAŢII CEASURI, BIJUTERII
5274 REPARAŢII ÎMBRĂCĂMINTE, TEXTILE, PRODUSE NEINCLUSE ÎN ALTE CATEGORII

55 HOTELURI ŞI RESTAURANTE

5511 HOTELURI ŞI MOTELURI CU RESTAURANT
5512 HOTELURI ŞI MOTELURI FĂRĂ RESTAURANT
5521 TABERE
5522 CAMPINGURI
5523 ALTE MIJLOACE DE CAZARE
5530 RESTAURANTE
5541 CAFENELE, BARURI FĂRĂ SPECTACOL
5542 CAFENELE, BARURI CU SPECTACOL
5551 CANTINE
5552 BIRTURI

60 TRANSPORTURI TERESTRE, PRIN CONDUCTE

TRANSPORTURI:
6010 PE CALE FERATĂ
6021 DE CĂLĂTORI REGULATE (GRAFIC)
6022 TAXI
6023 DE CĂLĂTORI OCAZIONALE
6024 ALTE TRANSPORTURI TERESTRE DE CĂLĂTORI
- TRANSPORTURI DE PASAGERI NEINCLUSE ÎN ALTE CATEGORII;
- TRANSPORTURI PASAGERI CU MIJLOACE TRACŢIUNE ANIMALĂ
6025 RUTIERE DE MĂRFURI
6030 PRIN CONDUCTE

61 TRANSPORTURI PE APĂ

TRANSPORTURI:
6111 MARITIME
6112 DE COASTĂ
6120 PE CĂI NAVIGABILE INTERIOARE

62 TRANSPORTURI AERIENE

TRANSPORTURI:
6210 AERIENE DUPĂ GRAFIC
6220 AERIENE OCAZIONALE

63 ACTIVITĂŢI ANEXE ŞI AUXILIARE DE TRANSPORT, ACTIVITĂŢI ALE AGENŢIILOR DE VOIAJ

6311 MANIPULĂRI
6312 DEPOZITĂRI
ACTIVITĂŢI:
6331 AGENŢII DE VOIAJ
6332 AGENŢII DE TURISM
6340 ALTE AGENŢII DE TRANSPORT

64 POŞTĂ ŞI TELECOMUNICAŢII

ACTIVITĂŢI:
6411 POŞTĂ
6412 MESAGERIE
6413 CURIER
6421 TELEFONIE
6422 TELEGRAF, TELEX
6423 TRANSMISIUNI DATE
6424 RADIOFICARE
6431 DIFUZARE PROGRAM RADIO
6432 DE TV ŞI PRIN CABLU
6433 DE RADIOCOMUNICAŢII ŞI SATELIŢI
6441 GESTIONAREA SPECTRULUI DE FRECVENŢĂ RADIO
6442 ALTE SERVICII DE TELECOMUNICAŢII NECLASIFICATE (VIDEOTEX, FACSIMIL, TELETEXT, POŞTĂ ELECTRONICĂ, TELEMETRIE)

65 ACTIVITĂŢI FINANCIAR BANCARE

ACTIVITĂŢI
6511 ALE BĂNCII CENTRALE (NAŢIONALE)
6512 INTERMEDIERI MONETARE
- CEC
- INSTITUTE ACORDARE CREDITE
6521 CREDITARE PRIN CONTRACT
6522 ALTE ACTIVITĂŢI CREDITARE
6523 ALTE TIPURI INTERMEDIERI FINANCIARE
- INVESTIŢII

66 ACTIVITĂŢI DE ASIGURĂRI

ACTIVITĂŢI:
6601 ASIGURĂRI PE VIAŢĂ
6602 ALE CASELOR DE PENSII
6603 ALTE ACTIVITĂŢI DE ASIGURĂRI

67 ACTIVITĂŢI AUXILIARE INSTITUŢIILOR FINANCIARE

6711 ADMINISTRAREA PIEŢELOR FINANCIARE
- BURSA DE COMERŢ ŞI MĂRFURI
6712 ACTIVITĂŢI AGENŢII FINANCIARE
6713 BIROURI DE SCHIMB VALUTAR

70 TRANZACŢII IMOBILIARE

7011 DEZVOLTAREA IMOBILIARĂ
7012 CUMPĂRARE VÎNZARE BUNURI IMOBILIARE
7020 ÎNCHIRIERI BUNURI IMOBILIARE
7031 AGENŢII IMOBILIARE
7032 ADMINISTRAREA IMOBILELOR

71 ÎNCHIRIERI

ÎNCHIRIERI:
7110 AUTOTURISME FĂRĂ ŞOFER
7121 ALTE MIJLOACE TRANSPORT TERESTRU
7122 MIJLOACE PE APĂ
7123 MIJLOACE DE TRANSPORT AERIAN
7131 MAŞINI AGRICOLE

Scanned with OKEN Scanner

7132 MAŞINI PENTRU CONSTRUCŢII
7133 MAŞINI BIROU
7134 ALTE MAŞINI
7140 BUNURI PERSONALE: BENZI AUDIO-VIDEO, TV, RADIO, VIDEO, MATERIALE SPORTIVE, AMBARCAŢIUNI

72 INFORMATICĂ

7210 CONSULTAŢII ECHIPAMENTE CALCUL
7220 REALIZAREA DE PROGRAME
7230 PRELUCRARE DATE
7240 ACTIVITĂŢI BĂNCI DE DATE
7250 ÎNTREŢINERE, REPARARE CALCULATOARE
7260 ALTE ACTIVITĂŢI: PREGĂTIRE CADRE

73 CERCETARE-DEZVOLTARE

7311 CERCETAREA FUNDAMENTALĂ (ŞTIINŢE FIZICE ŞI NATURALE)
7312 CERCETARE APLICATIVĂ (ŞTIINŢE FIZICE ŞI NATURALE)
7313 DEZVOLTARE EXPERIMENTALĂ
7321 CERCETAREA FUNDAMENTALĂ (ŞTIINŢE SOCIALE ŞI UMANE)
7322 CERCETAREA APLICATIVĂ (ŞTIINŢE SOCIALE ŞI UMANE)
7323 DEZVOLTARE EXPERIMENTALĂ

74 ALTE ACTIVITĂŢI DE SERVICII

ACTIVITĂŢI:
7411 JURIDICE
7412 DE CONTABILITATE
7413 STUDIEREA PIEŢEI (MARKETING)
7414 CONSULTING
7415 MANAGEMENT
7421 PROIECTARE, ARHITECTURĂ
7422 CERCETARE, EXPLOATARE GEOLOGICĂ, CARTOGRAFIERE
7430 TESTĂRI ŞI ANALIZE TEHNICE
7440 PUBLICITATE
7450 SELECŢIE, PLASARE FORŢĂ DE MUNCĂ
7460 PROTECŢIE BUNURI ŞI PERSOANE (GARDĂ, PROTECŢIE INDIVIZI ŞI PROPRIETĂŢI)
7470 ÎNTREŢINERE, CURĂŢIRE CLĂDIRI
7481 FOTO
7482 AMBALARE
7483 SECRETARIAT, DACTILO, MULTIPLICARE, TRADUCERI
7484 ALTE ACTIVITĂŢI:
- INTERMEDIERE AFACERI
- LICITAŢIE
- DESIGN

75 ADMINISTRAŢIE PUBLICĂ, APĂRARE, ASISTENŢĂ SOCIALĂ

7511 ADMINISTRAŢIE GENERALĂ
7512 ADMINISTRAŢIE ÎN DOMENIUL SĂNĂTĂŢII, CULTURII, ÎNVĂŢĂMÎNTULUI
7513 ADMINISTRAREA ŞI SUSŢINEREA ACTIVITĂŢII ECONOMICE
7514 ACTIVITĂŢI AUXILIARE PENTRU GUVERN
7515 ADMINISTRAREA ACTIVITĂŢILOR PENTRU PROTECŢIA MEDIULUI ÎNCONJURĂTOR
7521 ACTIVITĂŢI DE AFACERI EXTERNE
7522 ACTIVITĂŢI DE APĂRARE NAŢIONALĂ
7524 ACTIVITĂŞI DE ORDINE PUBLICĂ

80 ÎNVĂŢĂMÎNT

8031 ÎNVĂŢĂMÎNT SUPERIOR
8032 ÎNVĂŢĂMÎNT POSTUNIVERSITAR
8041 ŞCOLI CONDUCERE AUTO
8042 ALTE FORME DE ÎNVĂŢĂMÎNT:
- PERFECŢIONARE CADRE
- CALIFICARE MUNCITORI
- RECICLARE

85 SĂNĂTATE ŞI ASISTENŢĂ SOCIALĂ

ACTIVITĂŢI:
8511 SPITALICEŞTI
8512 PRACTICĂ MEDICALĂ
8513 PRACTICĂ DENTARĂ
8514 DE SĂNĂTATE UMANĂ
8520 VETERINARE (ANIMALE)
8531 DE ASISTENŢĂ SOCIALĂ CU CAZARE
- ORFELINATE, INTERNATE, CĂMINE, CREŞE
8532 ASISTENŢĂ SOCIALĂ FĂRĂ CAZARE
- ÎNTREŢINERE COPII, ÎNDRUMARE, ÎNFIERE, PERSOANE ÎN VÎRSTĂ

90 ASANAREA ŞI ÎNDEPĂRTAREA GUNOAIELOR

9000 SALUBRITATE

91 ACTIVITĂŢI ASOCIATIVE DIVERSE

9111 ORGANIZAŢII ECONOMICE ŞI PATRONALE
9112 ORGANIZAŢII PROFESIONALE

92 ACTIVITĂŢI RECREATIVE, CULTURALE, SPORTIVE

9211 PRODUCŢIA DE FILME, CINEMATOGRAF ŞI VIDEO
9212 DISTRIBUŢIA FILME ŞI VIDEO
9213 PROIECŢIA DE FILME CINEMA
ACTIVITĂŢI:
9220 DE RADIO ŞI TV
9231 DE ARTĂ, SPECTACOLE
9232 GESTIUNE SĂLI SPECTACOLE
9233 ALTE ACTIVITĂŢI SPECTACOLE (DISCOTECI, PARCURI DISTRACŢII, CIRC)
9240 AGENŢII DE PRESĂ
9251 BIBLIOTECI
9252 MUZEE, CONSERVARE MONUMENTE ŞI CLĂDIRI ISTORICE
9253 GRĂDINI ZOO-BOTANICE
9261 BAZE SPORTIVE
9262 ORGANIZAREA DE ACTIVITĂŢI SPORTIVE
9271 JOCURI DE NOROC
9272 PARCURI DISTRACTIVE, BÎLCIURI, TÎRGURI, EXPOZIŢII RECREATIVE
9273 ALTE ACTIVITĂŢI RECREATIVE (PESCUIT, ACTIVITĂŢI NECLASIFICATE ÎN ALTĂ PARTE)

93 ALTE ACTIVITĂŢI ŞI SERVICII

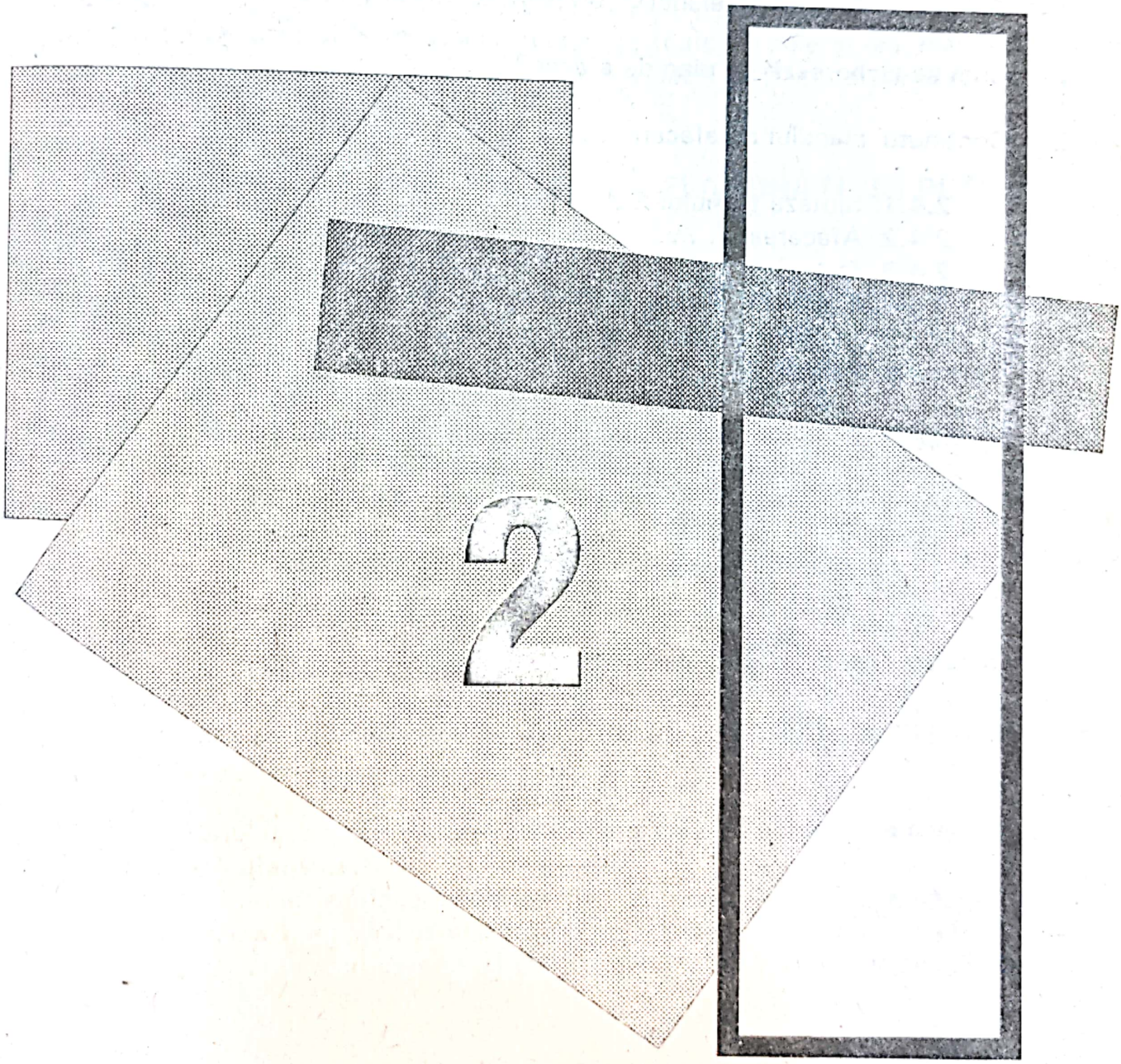
9301 CURĂŢIRE, SPĂLARE, VOPSIRE TEXTILE, BLĂNURI
9302 COAFURĂ, FRIZERIE, COSMETICĂ
9303 ACTIVITĂŢI POMPE FUNEBRE
- ÎNHUMAREA, INCINERAREA CORPULUI
- ÎNTREŢINERE MORMINTE
9304 ACTIVITĂŢI ÎNTREŢINERE CORPORALĂ (MASAJ SLĂBIRE, BĂI PUBLICE, SAUNE, SOLARII)
9305 ALTE SERVICII (AGENŢII MATRIMONIALE, PARCARE AUTOTURISME, ASTROLOGIE, SPIRITISM, LUSTRAGERII, HAMALIC)

95 ACTIVITĂŢI PERSONAL ANGAJAT ÎN GOSPODĂRII PERSONALE

9500 BUCĂTARI, SERVITORI, GRĂDINARI, PAZNICI, SPĂLĂTORESE, ŞOFERI, SECRETARE, BONE.

Scanned with OKEN Scanner

PLANUL DE AFACERI



Scanned with OKEN Scanner

2.1. Ce este un plan de afaceri? 37

2.2. De ce este bine să vă elaborați un plan de afaceri? 37

2.3. Cum se elaborează un plan de afaceri? 38

2.4. Conținutul planului de afaceri 41

2.4.1. Sinteza planului 42
2.4.2. Afacerea 43
2.4.3. Piața 43
2.4.4. Organizare și conducere 44
2.4.5. Informații financiare 45
2.4.6. Anexe 48

2.5. Exemplu practic de plan de afaceri 49

Scanned with OKEN Scanner

Planul de afaceri — o noțiune nou apărută în vocabularul nostru economic. Ca orice element nou, acesta trebuie înțeles corect înainte de a îl folosi.

În cele ce urmează vom încerca să oferim câteva informații care sperăm să fie utile celor care vor apela în activitatea lor la un plan de afaceri: întreprinzătorilor care și-au înființat o firmă particulară și doresc să își conducă mai bine activitatea sau să se dezvolte, sau celor care doresc să-și creeze propria afacere în condiții de risc minim.

2.1. CE ESTE UN PLAN DE AFACERI ?

Planul de afaceri este prezentarea scrisă a ceea ce doriți să realizați cu afacerea Dvs., precum și a modului în care intenționați să vă folosiți resursele ca să vă atingeți scopurile.

Un plan de afaceri bun este o schemă de acțiune construită logic. El presupune o gândire de perspectivă asupra afacerii Dvs. și, pornind de la obiectivele pe care vi le-ați stabilit, cuprinde toate etapele și resursele de care veți avea nevoie pentru a le atinge într-o perioadă de timp determinată.

2.2. DE CE ESTE BINE SĂ VĂ ELABORAȚI UN PLAN DE AFACERI ?

Iată doar câteva dintre argumentele care sprijină aceasta idee:

1. Efortul de gândire necesar pentru elaborarea acestui document vă ajută să dobândiți **o imagine de ansamblu asupra întregii afaceri** și nu să vă concentrați numai asupra unor aspecte individuale.
   Dacă un pilot decolează fără să controleze în prealabil dacă are combustibil, aceasta poate însemna un dezastru. De aceea el folosește o listă de verificare ca să se asigure că a examinat toate elementele critice pentru siguranța zborului.
   În mod similar, *orice afacere are anumiți factori critici* care nu trebuie să fie pierduți din vedere.

2. Planul de afaceri vă poate ajuta să **evaluați o nouă idee de afaceri** sau șansele de succes ale afacerii în curs.
   Dacă este bine întocmit, planul de afaceri reprezintă studiul Dvs. de fezabilitate.

3. Planul de afaceri este **un instrument care vă ajută să vă conduceți mai bine afacerea.**
   A conduce o afacere fără un plan este ca și cum ai încerca să-ți repari mașina numai cu o șurubelniță și un clește. A conduce afacerea pe baza unui plan este ca și cum ai avea la dispoziție o întreagă trusă de

Scanned with OKEN Scanner

scule inclusiv manualul mecanicului pentru a repara și întreține mașina. *Să ai un plan oarecare este infinit mai bine decât să nu ai nici unul.*

4. Planul de afaceri vă permite să vă **comunicați ideile de afaceri** persoanelor din afara firmei și, dacă este necesar, să **obțineți finanțare ori să înființați societăți mixte.**
Bancherii, investitorii, partenerii potențiali vor dori să știe:
   - De câți bani aveți nevoie;
   - Când veți avea nevoie de acești bani;
   - Pentru ce îi veți folosi;
   - Dacă veți fi capabil să-i dați înapoi și când.

Planul Dvs. va trebui să răspundă la aceste întrebări.

5. Afacerile conduse pe baza unui plan și nu pe baza reacției la evenimente au șanse mai mari de **succes.**
Atunci când sunteți copleșit de detaliile legate de lansarea sau conducerea unei afaceri, planul vă menține pe direcția de acțiune stabilită și vă ajută să vă concentrați energia pentru atingerea țelului propus.

2.3. CUM SE ELABOREAZĂ UN PLAN DE AFACERI ?

Dorim să subliniem aici o idee: *Nu este prea greu să întocmești un plan de afaceri reușit.*

Trebuie să porniți de UNDE VĂ AFLAȚI ACUM și să stabiliți UNDE DORIȚI SĂ AJUNGEȚI peste — să spunem — 5 ani. Apoi construiți un plan ca să ajungeți acolo!

Planul de afaceri este ca o hartă. Dacă de exemplu sunteți la București și vreți să ajungeți la Oradea trebuie să vă alegeți ruta, să stabiliți detaliile de drum, să vă asigurați că aveți timpul, banii, mașina și toate celelalte lucruri necesare călătoriei. Harta vă ajută să nu vă rătăciți chiar dacă pe parcurs apar obstacole neprevăzute.

Există două **etape** în întocmirea unui plan de afaceri:

A. **Culegerea informațiilor:**

Ca să întocmiți un plan de afaceri viabil, trebuie să știți cât mai multe lucruri despre activitatea pe care vă pregătiți să o începeți, despre condițiile în care aceasta se va desfășura. Trebuie să cunoașteți:

- **Afacerea** - Să determinați cu claritate ce faceți sau ce doriți să faceți.
- **Piața** - Căror clienți vă veți adresa, unde sunt aceștia, ce doresc ei, cu cine veți concura etc.

Scanned with OKEN Scanner

◆ **Finanțele** - Puteți să satisfaceți cerințele clienților potențiali și să și obțineți un profit?

Nu vă temeți că nu aveți la dispoziție datele necesare, că încă lipsesc statistici la nivel național, studii de piață, cifre comparative etc. Dvs. sunteți cel care știe cel mai bine detaliile ce privesc propriul domeniu de activitate. Orice informație în plus pe care puteți să o obțineți prin mijloace simple este foarte importantă.

B. **Organizarea informațiilor:**

Nu este suficient să știți totul despre o afacere. Este foarte important și modul cum prezentați partenerilor de discuții ceea ce știți, pentru a-i convinge.

Planul trebuie să fie cuprinzător și concis.

Încercați să adoptați un limbaj clar, simplu.

Organizați-vă ideile în capitole distincte care să se refere la aspecte specifice.

Înserați detaliile tehnice și alte materiale ajutătoare în anexe, astfel încât textul principal să fie ușor de urmărit.

Planul Dvs. poate fi simplu sau complex. Cel mai important lucru este ca acesta să fie adaptat necesităților pentru care a fost elaborat.

De exemplu, dacă doriți să deschideți un magazin mic, planul Dvs. de afaceri va arăta cu totul altfel decât dacă intenționați să vă lansați în producția și vânzarea de calculatoare pe piața internațională. Este evident că în cel de-al doilea caz sunt necesare mult mai multe informații și mult mai multe aspecte de clarificat.

De asemenea, dacă vă veți folosi planul ca să obțineți un împrumut la bancă veți insera date de prezentare a firmei și a echipei de conducere etc. Astfel de informații sunt inutile dacă veți folosi planul ca un instrument intern de management.

De aceea nu există o rețetă unică de prezentare a planului de afaceri. Iată doar un exemplu:

PLANUL DE AFACERI

1. Pagina de titlu
2. Tabla de materii
3. Sinteza planului
4. Afacerea
5. Piața
6. Organizare și conducere
7. Planuri financiare
8. Anexe

Scanned with OKEN Scanner

Dorim să subliniem câteva aspecte referitoare la **FOCALIZARE.**

Pentru a vă asigura succesul în afaceri, trebuie să vă stabiliți obiective clare, convingătoare și să vă concentrați toate eforturile pentru atingerea acestora. Trebuie, cu alte cuvinte, să determinați exact ce doriți și apoi să vă focalizați atenția numai și numai asupra acestor scopuri.

Un exemplu simplu în sprijinul acestei idei.

Dacă afară strălucește soarele și aveți o lupă, puteți să aprindeți un foc cu ușurință focalizând razele soarelui cu ajutorul lupei. Soarele nu știe de existența sau de intențiile Dvs., razele lui nu vă aparțin în exclusivitate. Totuși, vă puteți atinge scopul (puteți aprinde focul) folosindu-i energia. Totul este o problemă de focalizare.

Similar, în afaceri, nimeni nu poate deține la un moment dat toate resursele necesare. Secretul afacerilor reușite este focalizarea eforturilor și atragerea resurselor (interne și externe) disponibile pentru atingerea țelului propus.

Astfel, ca să vă concentrați atenția asupra celor mai importante obiective ale afacerii, trebuie să procedați astfel:

Încercați să scrieți planul Dvs. de afaceri în 12-15 pagini + anexe și să-l prezentați în mai puțin de 20 de minute.

După ce l-ați scris și considerați că este cât se poate de succint, scrieți o sinteză a planului, care nu trebuie să depășească 3-5 pagini și să poată fi prezentată în mai puțin de 5 minute.

Apoi concentrați esența afacerii Dvs. sub forma obiectivului principal: una sau câteva fraze care să exprime motivul major pentru care există afacerea respectivă. Acest obiectiv principal devine punctul Dvs. focal.

Obiectivul principal este atât de important și ar trebui să vi-l însușiți atât de bine încât, dacă cineva vă trezește la ora 3 dimineața și vă întreabă care este motivul esențial pentru care ați intrat în afaceri, să fiți în stare să răspundeți.

PLANUL DE AFACERI
12-15 pagini + anexe
sub 20 de minute
(susținere orală)

SINTEZA PLANULUI
3-5 pagini
sub 5 minute
(susținere orală)

Scanned with OKEN Scanner

OBIECTIVUL PRINCIPAL
sub 1 pagină
sub 1 minut
(susținere orală)

Pentru exemplificare, iată obiectivul Centrului P.N.U.D. pentru Promovarea Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii:

Obiectivul Centrului:

- **oferă asistență confidențială, imparțială** întreprinzătorilor particulari;
- **ține la curent Guvernul** în legătură cu obstacolele întâmpinate în dezvoltarea sectorului privat și sugerează căile de îmbunătățire a condițiilor în care își desfășoară activitatea întreprinderile private.

Considerăm important de subliniat faptul că elaborarea planului de afaceri nu este un scop în sine. Ceea ce este cel mai important este ca după întocmirea lui să-l și aplicați în fapt. Astfel, planul nu rămâne o hârtie uitată într-un sertar ci un document de lucru deosebit de util pentru conducerea unei afaceri.

Și încă un lucru important: planul de afaceri trebuie permanent actualizat. După o anumită perioadă de timp evaluați ceea ce ați realizat comparând cu ceea ce v-ați propus să realizați, analizați cauzele abaterilor eventuale, căutați căile de remediere a neîmplinirilor și adaptați-vă planul la noile condiții apărute, astfel încât să asigurați atingerea scopurilor finale pe care vi le-ați propus.

Deci modalitatea logică de utilizare a planului de afaceri este:

PLAN —> ACȚIUNE —> EVALUARE —> PLAN

2.4. CONȚINUTUL PLANULUI DE AFACERI

Ce trebuie să conțină un plan de afaceri și, mai ales, **cum îl putem întocmi** sunt problemele cele mai importante asupra cărora dorim să ne îndreptăm atenția aici.

Așa cum am mai menționat, nu există o rețetă unică pentru planul de afaceri. Fiecare plan trebuie să fie adaptat afacerii pe care o descrie, scopului pentru care a fost elaborat și păstrează amprenta personalității autorului său.

În cele ce urmează dorim să sugerăm domeniile principale pe care trebuie să le acopere un plan de afaceri:

Scanned with OKEN Scanner

CONȚINUTUL PLANULUI DE AFACERI

AFACEREA	- FIRMA - DOMENIUL DE ACTIVITATE - OBIECTIVELE
PIAȚA	- CLIENȚII - PRODUSUL/SERVICIUL - SEGMENTUL DE PIAȚĂ - CONCURENȚA
CONDUCEREA	- ORGANIZAREA - CONDUCEREA - PERSONALUL
FINANȚELE	- VENITURI - CHELTUIELI - SURSELE ȘI UTILIZAREA FONDURILOR - PREVIZIUNI FINANCIARE

Cel mai simplu mod de a întocmi un plan de afaceri este de a răspunde unei serii de întrebări.

Să detaliem informațiile pe care trebuie să le conțină fiecare secțiune a planului de afaceri și întrebările cărora trebuie să le găsim răspuns.

2.4.1. SINTEZA PLANULUI

ELEMENTELE ESENȚIALE ALE PLANULUI DE AFACERI

- O scurtă descriere a afacerii.
- O succintă descriere a produsului/serviciului și a caracteristicilor sale unice.
- O succintă descriere a segmentului Dvs. de piață.
- O scurtă prezentare a echipei de conducere.
- Sumarul previziunilor financiare.
- Obiectivele generale și specifice ale afacerii Dvs.

Subliniem că sinteza planului nu este un simplu rezumat al planului de afaceri. Acesta trebuie să cuprindă elementele cheie, esență ale planului Dvs.

Cei cărora le prezentați planul de afaceri nu sunt dispuși să piardă mult timp ca să citească un document voluminos. Le scutiți timpul și aveți șansa să le atrageți mai ușor atenția asupra proiectelor Dvs. dacă le oferiți posibilitatea să înțeleagă rapid ce le propuneți și îi convingeți că aceste propuneri sunt interesante.

Scanned with OKEN Scanner

2.4.2. AFACEREA
O SCURTĂ PREZENTARE A FIRMEI ȘI A STRATEGIEI DVS. GENERALE

Acest capitol are o importanță deosebită în cazul în care planul Dvs. de afaceri vă folosește pentru contactarea unor parteneri din afara firmei: bancheri (pentru acordarea unui împrumut), investitori (pentru o eventuală dezvoltare), potențiali clienți (pentru o tranzacție importantă).

Înainte de a se decide să colaboreze cu Dvs., ei trebuie să vă cunoască și să se convingă de avantajele pe care puteți să le oferiți.

A. FIRMA

- Cum și când a fost înființată firma Dvs.?
- Ce fel de activitate desfășoară firma Dvs.(producție, servicii, comerț)?
- Ce produse/servicii oferă?
- De ce credeți că această afacere are șanse de succes?
- Care sunt perspectivele de dezvoltare ale afacerii Dvs.?

B. DOMENIUL DE ACTIVITATE

- În care domeniu de activitate veți intra în concurență?
- În ce stadiu de "viață" se află domeniul Dvs. de activitate?

C. OBIECTIVELE

- Ce strategie veți adopta?
- Care sunt obiectivele concrete ale afacerii Dvs. în următorii 2-5 ani?

Este important să vă definiți clar domeniul de activitate și să îi cunoașteți caracteristicile ca să puteți determina ce șanse de dezvoltare oferă. De exemplu, producția și vânzarea de calculatoare personale este un domeniu cu perspective de creștere în viitor în România, pe când comerțul cu țigări s-ar putea să fie un domeniu care a ajuns deja la saturație.

Este la fel de important să știți cât se poate de mult despre piața pe care doriți să acționați.

Fără clienți nu există afacere. Dacă ceea ce oferiți nu se vinde, atunci nu câștigați, deci nu supraviețuiți în afaceri.

2.4.3. PIAȚA
O SCURTĂ DESCRIERE A PIEȚEI DVS., ANALIZA CONCURENȚEI, ANALIZA CLIENȚILOR

A. CLIENȚII

- Cine sunt clienții Dvs. (vârstă, stare materială, nivel social etc.)?
- Ce îi determină să cumpere produsul/serviciul pe care îl oferiți Dvs.?
- Cât de des cumpără de obicei?

Scanned with OKEN Scanner

- Câți bani cheltuiesc de obicei?
  Ce caracteristici (noi) îi interesează?
- Ce preț sunt dispuși să plătească?
- De ce credeți că vor cumpăra de la Dvs.?

B. PRODUSUL/SERVICIUL

- Identificați produsul/serviciul Dvs.:
  — Ce produs/serviciu oferiți concret?
  — Ce necesitate satisface acesta (nevoie vitală, modă etc.)?
  — În ce mod este vândut (în magazinul Dvs., la client, en gros)?
  — Cum află cumpărătorul de produsul/serviciul Dvs. (reclamă, promovare)?

- Care sunt parametrii economici ai produsului/serviciului Dvs.?
  — La ce prețuri va fi vândut?
  — Ce costuri va implica?
  — Cât de profitabil și competitiv va fi?

C. SEGMENTUL DE PIAȚĂ

- Unde este situată piața Dvs.?
- Cât de mare este piața Dvs.?
- Este o piață în dezvoltare? Ce ritmuri de creștere înregistrează?
- Care sunt tendințele pieței Dvs.?
- Există caracteristici specifice ale pieței Dvs.?

D. CONCURENȚA

- Care sunt principalii Dvs. concurenți?
- Ce calitate au produsele/serviciile lor?
- Ce reputație au aceștia?
- Le sunt clienții fideli?
- Cum își distribuie produsele/serviciile?
- Cât de mare este segmentul lor de piață?
- Ce avantaje au ei/aveți Dvs.: fonduri, manageri, patente?

Găsind răspuns acestor întrebări vă puteți identifica PIAȚA ȚINTĂ pentru produsele/serviciile pe care le oferiți.

O *piață țintă* este un grup de consumatori asupra cărora vă concentrați atenția. Dacă vă definiți corect această *piață țintă* și vă focalizați toate eforturile spre a o satisface, șansele Dvs. de succes sunt mari.

Următorul capitol pe care trebuie să îl aveți în vedere este:

2.4.4. ORGANIZARE ȘI CONDUCERE
DESCRIEREA MODULUI ÎN CARE VEȚI STRUCTURA ȘI CONDUCE AFACEREA

Această secțiune este importantă atât pentru un partener extern care vă citește planul cât și pentru managerul firmei.

Scanned with OKEN Scanner

În primul caz, bancherii, investitorii examinează cu atenție calitățile și experiența celor care conduc afacerea. O afacere slabă și condusă de o echipă foarte bună este mai sigură decât o afacere promițătoare condusă de o echipă de manageri de mâna a doua.

În al doilea caz: fiecare întreprindere - mică sau mare - îndeplinește anumite funcții: producție, comercial, personal, financiar, etc. În firmele mici întreprinzătorul este răspunzător de toate aceste funcții. Pe măsură ce firma se dezvoltă va trebui să fie angajați noi oameni care să preia o parte din aceste responsabilități. Pentru că în timp lucrurile vor deveni mai complexe, trebuie să vă planificați atent acțiunile viitoare.

A. **PROCESUL DE PRODUCȚIE**

- Descrieți procesul de producție și etapele de bază, menționați timpul și fondurile necesare fiecăreia.
- Descrieți cerințele producției: materii prime, furnizori, proceduri de control al calității etc.
- Ce echipamente/mașini veți folosi?
- Cum veți organiza fluxul de producție/magazinul/biroul (pentru comerț/servicii)?

B. **CONDUCEREA**

- Care este structura organizatorică a firmei?
- Cine va conduce afacerea?
- Care este aria de responsabilitate a conducătorilor?
- Cum veți supraveghea personalul?

C. **PERSONALUL**

- De câți angajați veți avea nevoie?
- Ce calificare le este necesară?
- Unde veți găsi angajații necesari?
- Cum îi veți instrui?
- Cum îi veți plăti?
- Ce consultanți externi vă vor fi necesari?

Următorul capitol al planului de afaceri — și unul foarte important este:

2.4.5. INFORMAȚII FINANCIARE O EVALUARE A VIABILITĂȚII ȘI PROFITABILITĂȚII AFACERII DVS.

- De câți bani veți avea nevoie pentru uz personal în primul an?
- Care este venitul estimat în primul an?
- Cât vă costă înființarea firmei?
- Ce surse de fonduri prevedeți și care va fi destinația lor?
- Care vor fi necesitățile Dvs. financiare totale?

Scanned with OKEN Scanner

- Care este profitul previzionat pentru următorii 3 ani?
- Cum va arăta situația lunară a fluxului de numerar pentru primul an?
- Ce active, pasive și capital propriu prevedeți?
- Care va fi pragul Dvs. de rentabilitate?

Mulți întreprinzători se tem de aspectele financiare. Nu este cazul să le considerați o problemă insurmontabilă.

Informațiile financiare vor fi la fel de simple sau complexe după cât de simplă sau complexă este afacerea însăși. Dacă înțelegeți scopul fiecărui instrument financiar folosit, modul în care acesta este elaborat și cum îl puteți folosi în conducerea afacerii Dvs, veți constata că lucrurile nu sunt atât de complicate.

După ce ați adunat toate informațiile privind afacerea pe care doriți să o lansați și piața produselor/serviciilor Dvs., clienții și concurenții Dvs., veți putea estima ce vânzări veți realiza în primul an de activitate.

Este bine ca pentru primul an să faceți estimații lunare, iar pentru următorii 2-5 ani, la nivel anual.

Iată un exemplu:

VÂNZĂRI LUNARE PREVIZIONATE PENTRU PRIMUL AN

LUNA DUPĂ DESCHIDERE	VÂNZĂRI (mii lei)
1	0
2	500
3	1000
4	1500
5	2000
6	3000
7	4000
8	5000
9	7000
10	9000
11	11000
12	14000
TOTAL PRIMUL AN	58000

VÂNZĂRI ANUALE PREVIZIONATE PENTRU ANII 1 - 5

AN	VÂNZĂRI (mii lei)
1	58000
2	65000
3	130000
4	150000
5	165000

Scanned with OKEN Scanner

Pe baza acestor estimații puteți începe să întocmiți previziunile financiare.

În cele ce urmează nu intenționăm să intrăm în detaliile acestor instrumente financiare, ci numai să prezentăm pe scurt conținutul și semnificația lor:

SITUAȚIA PREVIZIONALĂ A PROFITURILOR ȘI PIERDERILOR

Se întocmește lunar pentru anul 1 și
anual pentru anii 2 - 5

VÂNZĂRI - COSTURI (directe și indirecte) = PROFIT BRUT

PROFIT BRUT ÎNAINTE DE IMPOZITARE - IMPOZIT PE PROFIT
= PROFIT NET

Situația profiturilor și pierderilor arată dacă afacerea respectivă este viabilă - dacă este suficient de profitabilă.

SITUAȚIA PREVIZIONALĂ A FLUXULUI DE NUMERAR

Se întocmește lunar pentru anul 1

LUNA 1	LUNA 2
SOLD INIȚIAL AL NUMERARULUI	SOLD INIȚIAL AL NUMERARULUI
+ ÎNCASĂRI ÎN NUMERAR	
- PLĂȚI ÎN NUMERAR	
= SOLD FINAL AL NUMERARULUI	

Situația fluxului de numerar este poate cea mai importantă problemă pe care trebuie să o aveți în vedere. Este nevoie de numerar pentru plata facturilor, pentru completarea stocurilor, cumpărarea echipamentelor, plata salariaților, pentru propriile Dvs. cheltuieli.

Pot exista diferențe dramatice între profitul net și numerarul net.

Profitul net (înregistrat în Situația profiturilor și pierderilor) poate fi doar un profit pe hârtie. Dacă nu sunteți atenți la debitorii Dvs. (cei care vă datorează bani), puteți să constatați că aveți profit pe hârtie, dar nici un ban lichid.

Situația fluxului de numerar exprimă solvabilitatea firmei.

În primii ani de activitate a unei firme, este bine să acordați mai multă atenție acestei situații decât situației profiturilor și pierderilor.

Scanned with OKEN Scanner

BILANȚUL

ACTIV = PASIV
sau
MIJLOACE ECONOMICE = SURSE PROPRII + SURSE ATRASE + PROFIT

Bilanțul arată ce deține și ce datorează firma. Diferența reprezintă capitalul propriu al acesteia sau cu alte cuvinte valoarea ei netă.

Patrimoniul firmei este privit din două puncte de vedere: ca active și ca surse ale activelor. Acestea trebuie să fie egale.

PRAGUL DE RENTABILITATE

VENITURI TOTALE - COSTURI TOTALE = 0

Analiza pragului de rentabilitate arată cât trebuie să vindeți pentru a vă acoperi toate cheltuielile.

Pentru ca planul Dvs. de afaceri să fie succint și ușor de urmărit, este bine ca toate datele și detaliile suplimentare să fie atașate într-o anexă, cu condiția ca în textul principal să se facă trimiteri clare la aceste informații.

2.4.6. ANEXE

- Ce documente și informații suplimentare pot fi aduse în sprijinul planului Dvs. de afaceri?

Elaborarea unui plan de afaceri bun cere efort de gândire și timp. Avantajele pe care le aduce folosirea lui în relațiile de afaceri și în conducerea propriu-zisă a afacerii Dvs. vor compensa însă din plin aceste eforturi.

Scanned with OKEN Scanner

2.5. EXEMPLU PRACTIC DE PLAN DE AFACERI
MOARĂ ÎN LOCALITATEA ALBEȘTI, JUDEȚUL CĂLĂRAȘI

Numele de firme și persoane, denumirile geografice, prețurile, tarifele, costurile și faptele menționate în acest plan de afaceri sunt imaginare și nu pot fi folosite ca atare. Scopul acestui exemplu este de a arăta cum poate fi elaborat un plan de afaceri și de a oferi o orientare privind conținutul său.

CUPRINSUL PLANULUI DE AFACERI

O. Sinteza planului de afaceri

I. Afacerea
- I.1. Firma
- I.2. Afacerea propusă și domeniul de activitate
- I.3. Obiective

II. Piața
- II.1. Clienții
- II.2. Produsele / serviciile
- II.3. Segmentul de piață
- II.4. Concurența

III. Organizare și conducere
- III.1. Procesul de producție
- III.2. Conducerea
- III.3. Personalul

IV. Previziuni financiare
- IV.1. Necesarul de finanțare
- IV.2. Venituri previzionate
- IV.3. Cheltuieli de producție anuale

V. Anexe
1. Bilanțuri anuale inclusiv anexe - 1991 și 1992
2. Cereri de ofertă pentru livrare făină
3. Ofertă pentru utilaj moară
4. Curriculum Vitae - Ionescu Ion, Popescu Ion
5. Cheltuieli cu creditul
6. Situația previzională a veniturilor și cheltuielilor
7. Fluxul de numerar previzionat
8. Bilanțul previzionat
9. Indicatorii financiari ai investiției
10. Fluxul de numerar pentru calculul RIR și VNA

Scanned with OKEN Scanner

0. SINTEZA PLANULUI DE AFACERI

Acest plan de afaceri este întocmit de către firma IONESCU & Co. SRL pentru obținerea unui credit bancar necesar în scopul achiziționării utilajului pentru deschiderea unei mori de cereale în comuna Albești, județul Călărași.

Moara va produce făină de grâu din grâul achiziționat și va oferi servicii de morărit pentru producătorii agricoli din zonă.

Investiția necesară este de 45 mil. lei, din care:

— 15 mil. lei vor fi asigurați de asociații firmei și vor fi destinați amenajării terenului și spațiilor, precum și asigurării utilităților tehnice necesare;

— 30 mil. lei vor fi asigurați printr-un credit bancar, care va fi utilizat pentru achiziționarea utilajului necesar.

Activitatea proiectată va asigura un grad bun de lichiditate (rata curentă a lichidității va fi de 1,06 în primul an și va crește până la 28,83 în al cincilea an de funcționare; rata rapidă a lichidității va crește de la 0,97 în primul an până la 28,41 în anul al cincilea de funcționare). Capacitatea de acoperire a dobânzii este foarte bună: de la un minim de 3,09 în primul an, aceasta va crește până la 21,33 în anul al cincilea.

Această investiție va putea fi acoperită din profitul net până la sfârșitul primului an de activitate. Bugetul proiectat prevede un grad de acoperire a investiției de 151,33%. Activitatea prevăzută va aduce un profit net de cca. 23,5 % în primul an, ajungând până la circa 44% în al cincilea an.

Rata internă de rentabilitate este de 86,29%, iar valoarea netă actualizată a investiției este de 121,7 mil. lei — ambii indicatori fiind previzionați pentru un interval de 5 ani. (Vezi anexa 9.) Comparând rata internă de rentabilitate cu dobânda acordată în prezent de bănci — circa 50 - 80% la termen — putem considera proiectul destul de rentabil.

Estimarea acestor rezultate s-a făcut în condițiile unor marje de siguranță destul de largi și anume:

— utilizarea capacității de producție în proporție de numai 75% în primul an de funcționare;

— venituri minime și cheltuieli maxime;

— un regim de lucru de numai 8 ore pe zi, 5 zile pe săptămână;

— prețuri și uium cu cel puțin 10% sub nivelul mediu al pieței actuale.

În acest domeniu de activitate există o cerere sigură și constantă, zona oferă posibilități clare de aprovizionare cu materii prime și beneficiază de o poziție geografică favorabilă — aproape de centre orășenești, cu legături rutiere și pe calea ferată bune.

Scanned with OKEN Scanner

Există perspective de extindere a acestei afaceri în amonte și aval față de activitatea de morărit: în amonte — cultura cerealieră (grâu și porumb) și în aval — producție de pâine și alte produse de panificație.

I. AFACEREA

I.1. FIRMA

S.C. IONESCU & Co. SRL, cu un capital social de 100.000 lei, a fost înființată la 01.01.1991 și este înmatriculată în Registrul Comerțului cu nr. ...

Firma este proprietatea a doi asociați, Ionescu Ion și Popescu Ion, fiecare deținând câte 50% din părțile sociale.

În primii doi ani de funcționare, firma a desfășurat activități de comerț en detail cu produse agro-alimentare. Firma are un magazin situat în centrul comercial al orașului Călărași. Rezultatele financiare și situația patrimoniului actual ale firmei sunt prezentate în anexa 1. Succint, rezultatele financiare se prezintă astfel: o cifră de afaceri medie de 1 mil.lei lunar, o rată a profitului brut lunar de 15%, rata lichidității este foarte bună; firma a contractat un credit comercial pe termen scurt, care a fost integral rambursat, iar în prezent nu are nici un credit în derulare.

În prezent firma are un număr de 10 salariați.

I.2. AFACEREA PROPUSĂ ȘI DOMENIUL DE ACTIVITATE

Pentru a reinvesti profitul acumulat în acești doi ani de activitate, intenționăm să dezvoltăm activitatea firmei în domeniul producției agro-alimentare.

Ne propunem — în prima etapă — să deschidem o moară de cereale în localitatea Albești, județul Călărași. În a doua etapă intenționăm să extindem activitatea productivă în domeniul producției de pâine și alte produse de panificație. Prezentul plan de afaceri se referă numai la prima etapă a proiectului nostru și anume la deschiderea morii de cereale.

Moara va funcționa:

— în regim de producție — adică va produce făină de grâu și porumb din cereale achiziționate, făina urmând a fi vândută en gros, și

— în regim de prestări servicii — adică va măcina cereale pentru locuitorii din zonă, cu plata în natură, sub formă de uium.

Considerăm că această afacere are reale șanse de reușită deoarece, așa cum vom demonstra în continuare, există o cerere în creștere pentru produsele și serviciile pe care le vom oferi, poziția geografică asigură o bază largă de aprovizionare cu materii prime, comuna fiind situată într-o zonă cerealieră și

Scanned with OKEN Scanner

există posibilități de desfacere datorită rețelei relativ dezvoltate de drumuri și căi ferate.

Există perspective largi de dezvoltare a afacerii atât în amonte — prin arendarea unor suprafețe de teren agricol și cultivarea grâului și porumbului — cât și în aval — prin punerea în funcțiune a unor linii de panificație, patiserie, paste făinoase.

I.3. OBIECTIVE

Ne propunem ca în primul an de la punerea în funcțiune a morii:

— să ne creem o clientelă stabilă atât pentru activitatea de prestări servicii cât și pentru activitatea de producție;

— să atingem un grad de utilizare a capacității de producție de 75%;

— să realizăm o cifră de afaceri lunară de cca 10 mil. lei și un profit brut de 5%.

Începând din anul al doilea de funcționare ne propunem:

— să lărgim volumul activității productive, care va ocupa 75% din capacitatea de producție a morii, restul de 25% fiind acoperit de activitatea de servicii;

— să atingem o cifră de afaceri de cca. 20 mil. lei pe lună și un profit brut de 15%.

Într-o a doua etapă a proiectului, începând din anul al treilea de funcționare, ne propunem extinderea activității productive prin înființarea unei brutării sătești. Această etapă urmează a fi analizată în detaliu ulterior, în funcție de volumul acumulărilor realizate în prima etapă.

II. PIAȚA

II.1. CLIENȚII

Clientela pe care o vizăm se împarte în patru categorii:

Pentru activitatea de producție, clientela va fi formată din:

a) Brutăriile sătești și orășenești din zonă, precum și firme de comerț en gros.

Acești clienți vor cumpăra făina en gros pe baza unor contracte ferme. Atașăm în anexa 2 cererile de ofertă primite de la trei firme de comerț en gros din Călărași și București. Am mai contactat și brutăria sătească existentă într-o comună vecină, care și-a exprimat interesul pentru aprovizionarea cu făină de la moara noastră. În Călărași există două brutării de stat, care acum se aprovizionează de la unica moară a orașului. Intenționăm să le transmitem oferta noastră,

Scanned with OKEN Scanner

care — așa cum vom arăta mai jos — va fi mai avantajoasă decât cea a morii existente.

b) Populația din orașul Călărași.

Intenționăm ca o parte din producția de făină să fie desfăcută en detail în magazinul firmei. Din experiența de până acum, considerăm că la cererea existentă vânzări de 1 tonă pe lună pot fi cu ușurință realizate.

c) Pentru activitatea de prestări de servicii de morărit, clientela va fi formată din producătorii agricoli locali, care posedă importante cantități de grâu și porumb, pe care doresc să le prelucreze pentru valorificare pe piața țărănească și pentru consum propriu.

În comuna Albești există 8000 de locuitori, iar în comunele vecine, pe o rază de 10 Km, încă 15000 de locuitori.

d) Pentru vânzarea tărâței, care este un produs secundar, intenționăm să contactăm fabrica de nutrețuri combinate situată într-o comună vecină, la 10 Km distanță de Albești. Din informațiile noastre, FNC Scăieni are un necesar mare de materii prime și întâmpină probleme în aprovizionare, deci ne așteptăm să vindem întreaga cantitate de tărâță pe care o vom avea disponibilă.

II.2. PRODUSELE / SERVICIILE

Produsul principal care va fi oferit este făina albă. Un alt produs este mălaiul obișnuit. Ca produse secundare, vom obține tărâța de grâu și porumb. Moara poate fi reglată pentru a produce și griș.

Prețurile en detail practicate în prezent pentru aceste produse sunt următoarele:

— făină de grâu	— 450 lei/kg
— mălai	— 480 lei/kg
— tărâță	— 250 lei/kg
— griș	— 550 lei/kg

Firma noastră intenționează să practice prețuri cu 10% sub acest nivel pentru desfacerea en detail, iar pentru desfacerea en gros, următoarele prețuri:

— făină de grâu	— 370 lei/kg
— mălai	— 380 lei/kg
— tărâță	— 210 lei/kg
— griș	— 440 lei/kg

Important pentru ca făina să aibă vânzare sigură este ca aceasta să aibă proprietăți bune de panificație, să aibă un procent redus de cenușă (deci să fie albă) și să fie păstrată în condiții corespunzătoare de umiditate.

Întrucât făina reprezintă un produs de bază în alimentație, este de presupus că în viitor consumul nu va scade, dimpotrivă, va crește pe măsura

Scanned with OKEN Scanner

creșterii populației și diversificării producției de specialități făinoase.

Serviciile prestate vor consta în măcinarea grâului și porumbului adus de locuitorii din zonă.

În prezent astfel de servicii sunt prestate cu plata în natură, sub forma unui uium de până la 25%.

Firma noastră intenționează să practice un nivel de 20% pentru uium.

Întrucât desfacerea produselor va fi asigurată în special en gros, unui număr limitat de clienți, nu considerăm necesară o campanie de promovare largă. Preferăm să contactăm direct clienții potențiali, lucru pe care l-am și demarat.

În ceea ce privește comerțul en detail, considerăm că magazinul firmei are un vad destul de bun și este destul de cunoscut, deci nu este necesară o reclamă suplimentară.

Pentru prestările de servicii, considerăm că cea mai bună formă de reclamă va fi asigurarea unei calități superioare a făinii produse și menținerea promptitudinii în prestarea serviciilor noastre de morărit.

II.3. SEGMENTUL DE PIAȚĂ

Moara va fi amplasată în comuna Albești, județul Călărași, o comună cu 8000 de locuitori, situată la 20 Km distanță de orașul Călărași, într-o zonă propice culturii grâului. Comuna beneficiază de legături rutiere și CFR bune cu orașele învecinate.

În împrejurimi, pe o rază de 10 km, mai există 5 comune, cu o populație totală de cca. 15000 locuitori.

În apropiere, la 10 km distanță, se află FNC Scăieni, care reprezintă un consumator potențial pentru tărâță.

Din constatările noastre, o gospodărie țărănească macină lunar cca 30 Kg de cereale pe membru de familie.

Un calcul simplu arată că această piață are capacitatea de a absorbi un volum de **8280 tone cereale pe an.**

(15000 + 8000) persoane x 30 kg cereale/lună x 12 luni = 8280 t

Dacă am prelucra toată această cantitate de cereale, aceasta ne-ar aduce o cantitate de 1656 tone de cereale din uium.

(20% x 8280 t = 1656 t)

Transformând această cantitate de grâu în făină și vânzând-o la preț en gros, aceasta ne-ar aduce un venit de aprox. 429 mil. lei.

(1656 t x 70% extracție x 370 lei/kg = 428904 mii lei)

Așa cum vom arăta în cap. 4.2., s-a prevăzut să prelucrăm numai **832 tone de grâu pe an.** Aceasta înseamnă aprox. 10% din cererea existentă pentru aceste servicii. Prelucrarea acestei cantități de grâu ne va aduce un venit de numai 155,5 mil. lei pe an, incluzând aici și încasările din vânzarea tărâței rezultate.

Scanned with OKEN Scanner

Din informațiile obținute de la Direcția de Investiții a Ministerului Agriculturii, reiese că în județul Călărași capacitatea de măcinare (exprimată în tone/1000 locuitori) este de 0,47 — deci sub media pe țară, care este de 0,53. De asemenea capacitatea de panificație a județului (exprimată în tone/1000 locuitori) este de 0,35 — deci sub media pe țară, care este de 0,51. De aici deducem că există o cerere clară pentru produsele și serviciile pe care intenționăm să le oferim. Această concluzie este întărită și de lipsa de făină din magazine, precum și de cozile permanente la centrele de pâine.

II.4. CONCURENȚA

În zonă există două mori de grâu cu tehnologii vechi, situate la 15 și respectiv 20 Km distanță, care lucrează în regim de prestări de servicii. Aceste mori acoperă cu greu necesarul de morărit din comunele limitrofe. Ambele sunt proprietate de stat, cu toate deficiențele organizatorice cunoscute. Producătorii care apelează la serviciile acestora sunt nemulțumiți de calitatea făinii obținute, precum și de lipsa de promptitudine a serviciilor lor.

Singura moară care are o producție de făină este cea din Călărași. Aceasta aprovizionează fabricile de pâine din oraș, fără să acopere complet necesarul de făină al orașului.

Comparativ cu acești concurenți, activitatea pe care intenționăm să o organizăm va fi mult mai bună, deoarece:

— utilajele pe care le vom achiziționa sunt moderne, de productivitate înaltă și asigură produse de calitate superioară;

— asociații se vor ocupa personal de conducerea activității, ceea ce va duce la promptitudine în prestarea serviciilor, evitarea risipei și a dezordinii, ritmicitate în aprovizionare;

— intenționăm (și avem posibilitatea) să oferim condiții de plată mai avantajoase decât concurența.

III. ORGANIZARE ȘI CONDUCERE

III.1. PROCESUL DE PRODUCȚIE

Ciclul de producție constă în următoarele etape:

— achiziționare grâu,
— măcinare,
— maturare (stocare 4 - 5 zile),
— desfacere făină.

Stocul de grâu necesar pentru asigurarea ritmicității producției va trebui

Scanned with OKEN Scanner

să acopere capacitatea de măcinare pentru 10 zile, adică 100 t. În mod corespunzător vor fi dimensionate depozitele de grâu și capitalul necesar pentru achiziții. După acumularea unui stoc de făină realizat în 4 - 5 zile (necesare pentru "maturarea" făinii), livrarea către beneficiari se va face zilnic.

În regim de servicii, măcinarea grâului adus de clienți și livrarea făinii se vor face pe loc, fără perioade de așteptare. Manevrarea sacilor va fi făcută de clienți.

Utilajul necesar

Din studiile efectuate, am ajuns la concluzia că moara cea mai potrivită este o moară cu 3 valțuri, cu capacitate de prelucrare de 400 kg/oră, asigurând un procent de extracție de 70 - 80%, care funcționează la o putere de 22 kW. (Vezi oferta producătorului în anexa 3.) Prețul estimativ solicitat de producător, inclusiv instalarea și punerea în funcțiune este de 30 mil. lei.

Acest utilaj a fost ales după compararea a trei oferte similare.

Spații, utilități

Asociații dețin un teren corespunzător și o clădire care — după renovare — poate fi folosită pentru amplasarea utilajului și amenajarea depozitelor.

Terenul necesită amenajări și împrejmuire. Intenționăm să construim un spațiu de parcare suficient de larg pentru facilitarea accesului camioanelor și căruțelor până în apropierea morii și un drum de acces la șoseaua națională care trece prin comună, la distanță de 250 m.

De asemenea, va fi necesară branșarea morii la sistemul de apă, canalizare și la linia electrică de curent trifazic — toate existente în comună.

Pentru estimarea costurilor aferente acestor amenajări am contactat o firmă particulară de specialitate. Devizul estimativ pentru aceste lucrări se ridică la 15 mil. lei.

Regim de lucru

În estimațiile din prezentul plan de afaceri am pornit de la premisa — pesimistă — că se va lucra într-un singur schimb de 8 ore, timp de 5 zile pe săptămână.

III.2. CONDUCEREA

Firma va fi condusă de cei doi asociați și de un administrator.

Asociații vor coordona întreaga activitate, vor angaja și controla personalul, se vor ocupa direct de problemele de producție, precum și de contractare pentru aprovizionare și desfacere.

Menționăm că unul dintre asociați are o experiență de conducere de 25 de ani într-o întreprindere industrială, iar cel de-al doilea este tehnician specialist în morărit și industrie alimentară. (Vezi datele personale prezentate în anexa 4.)

Administratorul va ține evidențele contabile și va supraveghea

Scanned with OKEN Scanner

activitatea de achiziție și desfacere. Pentru această funcție am și contactat o persoană din comună, care are calificare de contabil și o experiență destul de îndelungată de magazioner gestionar, iar în prezent este șomer.

Întrucât cei doi asociați au deja asigurată o sursă de venit din celelalte activități ale firmei, au decis că nu vor mai reține nimic din veniturile morii pentru uzul propriu.

Administratorul va fi retribuit cu un salariu brut de 200 mii lei lunar.

III.3. PERSONALUL

Moara va fi deservită de 5 angajați, după cum urmează:

— 1 electromecanic,
— 2 morari,
— 2 muncitori necalificați (pentru însăcuire și încărcare).

Personalul va fi selectat dintre locuitorii comunei, instruit și testat la locul de muncă. Cu fiecare va fi încheiat un contract de muncă separat.

Pentru cele două posturi de morari (pe care le considerăm poziții cheie pentru asigurarea calității prestației și a producției) am contactat deja două persoane calificate și cu experiență în domeniu.

IV. PREVIZIUNI FINANCIARE

IV.1. Necesarul de finanțare

Apreciem că întreaga investiție necesită un fond de 45 milioane lei, din care:

— **15 mil. lei** pentru amenajarea spațiilor și terenului — se pot acoperi **din surse proprii;**

— **30 mil. lei** pentru achiziționarea utilajelor — **din credite bancare.**

IV.2. Venituri prevăzionate

Estimăm că vom obține un venit de circa 155,5 milioane lei/an la un grad de utilizare a capacității de producție de 100%. În calcule am luat însă în considerație un grad de acoperire a capacității de producție de numai 75% pentru primul an.

În estimarea veniturilor am pornit de la următoarele date:

— Regim de lucru — 8 ore pe zi
— 260 zile/an

Scanned with OKEN Scanner

— Capacitatea de producție nominală:
— 400 kg grâu/oră
— Randament (procent de scoatere):
— 70% făină
— 25% tărâță
— Preț de vânzare:
— făină — 370 lei/kg
— tărâță — 210 lei/kg

Pentru simplificare, în estimarea veniturilor am luat în considerație numai producția de făină de grâu și tărâța aferentă — care vor reprezenta 50% din volumul fizic de cereale prelucrate — plus încasările provenite din vânzarea făinii și tărâțelor obținute din uiumul de 20% reținut pentru serviciile de morărit.

Deci cantitatea anuală de grâu prelucrat va fi:
400 kg/h x 8 h x 260 zile = 832 t/an.

Volumul vânzărilor:
— Făină prod.proprie:
832 t/an x 50% x70% proc. scoatere x 370 lei/kg = 107744 mii lei

— Tărâță prod.proprie:
832 x 50% x 25% x 210 lei/kg = 21840 mii lei
— Făină din uium:
832 x 50% x 70% x 370 x 20% uium = 21549 mii lei

— Tărâță din uium:
832 x 50% x 25% x 210 x 20% = 4368 mii lei
Total = 155501 mii lei

IV.3. Cheltuieli de producție anuale

Estimăm că pentru realizarea veniturilor sus-menționate vom cheltui o sumă de circa 84,3 mil. lei/an la o capacitate de producție utilizată 100%.

În estimarea cheltuielilor de producție am inclus următoarele:

— Achiziție grâu pentru 50% din capacitatea nominală de prelucrare:
400 kg/h x 8 h x 260 zile x 50% x 150 lei/kg preț achiziție = 62400 mii lei
— Salarii:
(2 morari + 1 administrator) 3 persoane x 200000 lei/lună x 12 luni
= 7200 mii lei
(2 muncitori necalificați) 2 persoane x 75000 lei/lună x 12 luni = 3600 mii lei
(1 mecanic) 1 persoană x 150000 lei/lună x 12 luni = 1800 mii lei
Total = 12600 mii lei

— Utilități:
— energie electrică — 23 kW/h x 8 ore x 300 zile x 30 lei/kWh =
= 1656 mii lei
— apă, canalizare = circa 800 mii lei

Scanned with OKEN Scanner

Total = circa 2500 mii lei

— Cheltuieli desfacere — transport:
  — 4000 lei/ transport x 250 curse/an = 1000 mii lei
— Alte cheltuieli:
  — reparații, întreținere, etc. = circa 1000 mii lei
  — administrative = circa 1000 mii lei

Cheltuielile cu dobânzile, comisioanele, amortizarea, asigurările au fost calculate procentual.

Am prevăzut ca întregul profit să fie reinvestit, această reprezentând încă o rezervă pentru dezvoltarea activității.

Indicatorii financiari ai investiției prefigurează o situație financiară favorabilă, care ne permite să considerăm proiectul fezabil și profitabil.

V. ANEXE

Anexele 2.5 - 2.10 cuprind următoarele situații:
- Estimarea cheltuielilor cu ratele și dobânzile pentru creditul de 30 mil. lei
- Situația previzională a veniturilor și cheltuielilor
- Fluxul de numerar previzionat
- Bilanțul previzionat
- Indicatorii financiari ai investiției
- Fluxul de numerar pentru calculul RIR și VNA

Calculele și previziunile au fost făcute pentru o perioadă de 5 ani, din care pentru primul an la nivel de trimestru.

NOTĂ.
Anexele de la 2.1 până la 2.4 în mod intenționat nu au fost incluse în acest manual deoarece am considerat că au un conținut cunoscut.

Scanned with OKEN Scanner

Scanned with OKEN Scanner

Anexa 2.5

CREDITE, RATE, DOBÂNZI

S.C. IONESCU & COMP. SRL

CAPITAL SOCIAL (mii lei) *100*

CONDIȚII DE CREDITARE	x
Suma creditată (mii lei)	30000
Rata anuală a dobânzii (%)	85%
Termen creditare (ani)	5
Numărul de rambursări/an:	4
Numărul perioadelor de grație:	2
Rata de rambursat calculată:	1667
NOTĂ: Dobândă simplă & rate egale	

Finanțare din surse proprii	15000
Total surse de finanțare	45000

Cota de impozit pe profit (%)	0.00

TABELUL DE RAMBURSARE

Numărul ramburs	Sold creditor	Dobânda scadentă	Rata de rambursat	Rest de rambursat	Dobânda cumulată
1	30000	6375	0	30000	6375
2	30000	6375	0	30000	12750
3	30000	6375	1667	28333	19125
4	28333	6021	1667	26667	25146
5	26667	5667	1667	25000	30813
6	25000	5313	1667	23333	36125
7	23333	4958	1667	21667	41083
8	21667	4604	1667	0000	45688
9	20000	4250	1667	18333	49938
10	18333	3896	1667	16667	53833
11	16667	3542	1667	15000	57375
12	15000	3188	1667	13333	60563
13	13333	2833	1667	11667	63396
14	11667	2479	1667	10000	65875
15	10000	2125	1667	8333	68000
16	8333	1771	1667	6667	69771
17	6667	1417	1667	5000	71188
18	5000	1063	1667	3333	72250
19	3333	708	1667	1667	72958
20	1667	354	1667	0	73313

Scanned with OKEN Scanner

Anexa 2.6

SITUAȚIA VENITURILOR ȘI CHELTUIELILOR

(în mii lei dacă nu se specifică altfel)

S.C. IONESCU & COMP. SRL

CAPITAL SOCIAL (mii lei) 100

	x	Trim I	Trim II	Trim III	Trim IV	1	2	3	4	5
Venituri din vânzări		29156	29156	29156	29156	116625	155500	155500	155500	155500
Costuri de producție		16031	16031	16031	16031	64125	83500	83500	83500	83500
Profit brut (impozabil)		13125	13125	13125	13125	52500	72000	72000	72000	72000
Impozit pe profit		0	0	0	0	0	0	0	0	0
Profit net		13125	13125	13125	13125	52500	72000	72000	72000	72000
Dividende plătite		0	0	0	0	0	0	0	0	0
Profit nerepartizat		13125	13125	13125	13125	52500	72000	72000	72000	72000
Dobânzi scadente		6375	6375	6375	6021	25146	20542	14875	9208	3542
Profit disponibil		6750	6750	6750	7104	27354	51458	57125	62792	68458
Profit disponibil cumulat		6750	13500	20250	27354	27354	78813	135938	198729	267188

Scanned with OKEN Scanner

Anexa 2.7

FLUXUL DE NUMERAR

(în mii lei dacă nu se specifică altfel)

S.C. IONESCU & COMP. SRL

CAPITAL SOCIAL (mii lei) 100

	x	Trim I	Trim II	Trim III	Trim IV	1	2	3	4	5
Resurse financiare la începutul perioadei		15000	7500	15000	20833	15000	27021	73128	126586	185711
Credite		30000	0	0	0	30000	0	0	0	0
Vânzări		29156	29156	29156	29156	116625	155500	155500	155500	155500
TOTAL INTRĂRI DE NUMERAR		74156	36656	44156	49990	161625	182521	228628	282086	341211
Investiția + creșterea activelor curente		45000	0	0	0	45000	1685	0	0	0
Cheltuieli operaționale		15281	15281	15281	15281	61125	80500	80500	80500	80500
Cheltuieli financiare - dobânzi		6375	6375	6375	6021	25146	20542	14875	9208	3542
Rate de credit		0	0	1667	1667	3333	6667	6667	6667	6667
Impozit pe profit		0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dividende plătite		0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL IEȘIRI DE NUMERAR		66656	21656	23323	22969	134604	109393	102042	96375	90708
SURPLUS / DEFICIT DE NUMERAR		7500	15000	20833	27021	27021	73128	126586	185711	250503

Scanned with OKEN Scanner

Anexa 2.8

BILANȚUL PREVIZIONAT

(în mii lei dacă nu se specifică altfel)

S.C. IONESCU & COMP. SRL

CAPITAL SOCIAL (mii lei) 100

(în mii lei dacă nu se specifică altfel)	x	Trim I	Trim II	Trim III	Trim IV	1	2	3	4	5
A. TOTAL ACTIV		57143	63893	68976	74414	74414	119206	169664	225789	287581
1. Active circulante		12893	20393	26226	32414	32414	80206	133664	192789	257581
1.1. Disponibilități bănești		7500	15000	20833	27021	27021	73128	126586	185711	250503
1.2. Active curente		5393	5393	5393	5393	5393	7078	7078	7078	7078
2. Active fixe (la valoarea rămasă)		44250	43500	42750	42000	42000	39000	36000	33000	30000
3. Pierderi		0	0	0	0	0	0	0	0	0
3.1. Pierderi din anii precedenți		0	0	0	0	0	0	0	0	0
B. TOTAL PASIV		57143	63893	68976	74414	74414	119206	169664	225789	287581
1. Obligații curente		5393	5393	5393	5393	5393	5393	5393	5393	5393
2. Credite pe termen scurt și mediu		30000	30000	28333	26667	26667	20000	13333	6667	0
3. Capital propriu		21750	28500	35250	42354	42354	93813	150938	213729	282188
3.1. Capital social + finanțare proprie		15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000
3.2. Profit nerepartizat ca dividende		6750	6750	6750	7104	27354	51458	57125	62792	68458
3.3. Profit nerepartizat din anii precedenți		0	6750	13500	20250	0	27354	78813	135938	198729

Scanned with OKEN Scanner

Anexa 2.9

INDICATORI FINANCIARI AI INVESTIȚIEI

S.C. IONESCU & COMP. SRL

CAPITAL SOCIAL (mii lei) 100

INDICATORI FINANCIARI	x	Trim I	Trim II	Trim III	Trim IV	1	2	3	4	5
Indicatori de profitabilitate:	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Rata rentabilității nete = Profit net/Vânzări	x	23.15	23.15	23.15	24.37	23.45	33.	36.74	40.38	44.02
Serviciul datoriei	x	1.18	2.35	2.59	3.51	0.95	1.6	2.48	3.72	6.35
Punctul critic al vânzărilor (PCV) - mii lei	x	2990	2990	2990	2990	11962	11	11962	11962	11962
	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Indicatori de lichiditate:	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Rata curentă a lichidității	x	1.10	1.73	2.23	2.84	1.06	3.0	6.59	13.20	28.83
Rata rapidă a lichidității	x	0.85	1.49	1.99	2.59	0.97	2.9	6.41	12.95	28.41
	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Indicatori de creditare:	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Rata de acoperire a dobânzii	x	3.06	3.06	3.06	3.18	3.09	4.5	5.84	8.82	21.33
Indicatori investiție:	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Rata de recuperare a investiției	x	151.33%	x	x	x	x	x	x	x	x
Rata internă de rentabilitate financiară	x	86.29%	x	x	x	x	x	x	x	x
Valoarea netă actualizată		121-754	x	x	x	x	x	x	x	x

Scanned with OKEN Scanner

Anexa 2.10

FLUXUL DE NUMERAR PENTRU CALCULUL RIR ȘI VNA

S.C. IONESCU & COMP. SRL

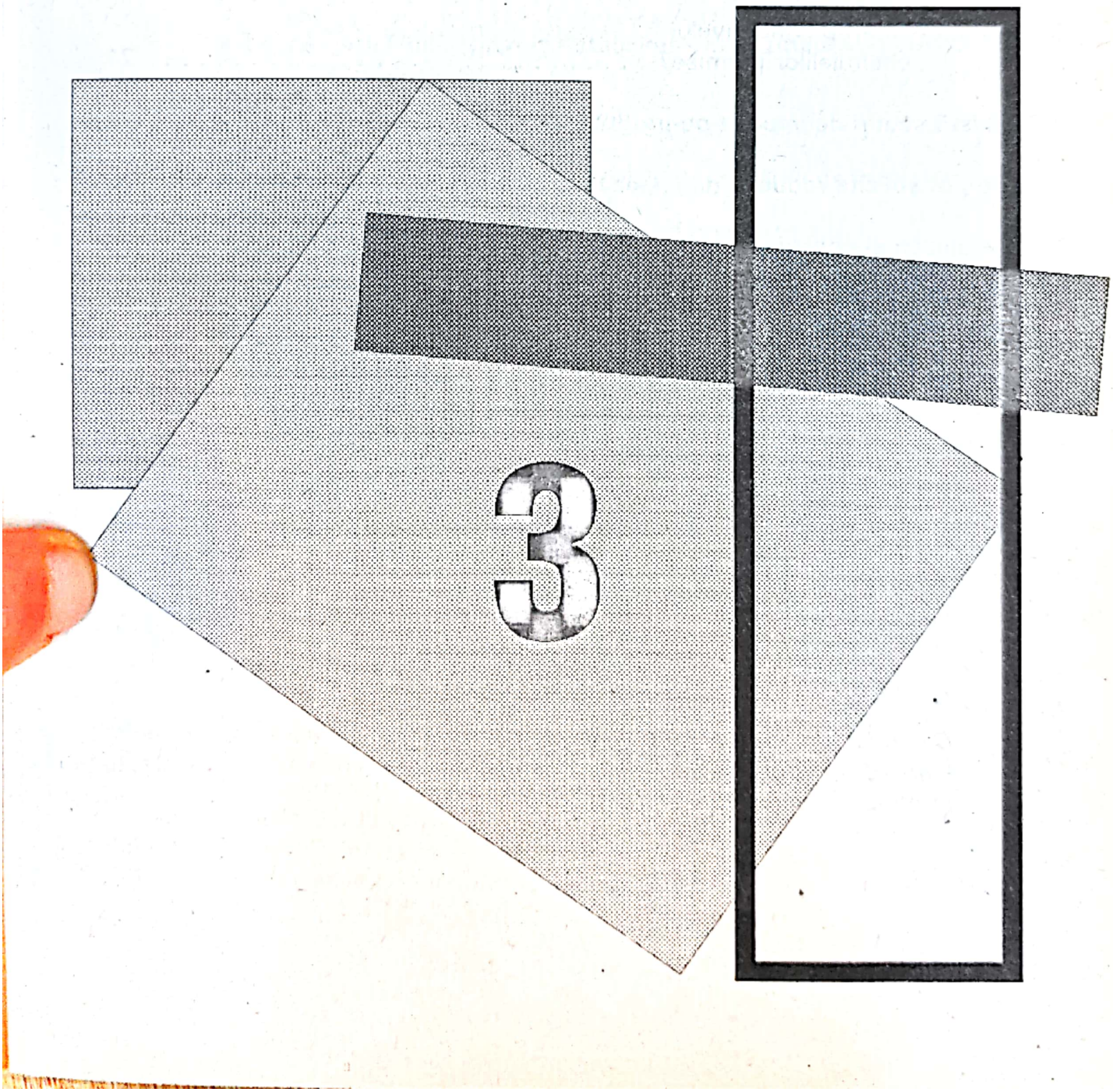
CAPITAL SOCIAL (mii lei) 100

	AN1	AN2	AN3	AN4	AN5
Resurse financiare la începutul perioadei		7500	79167	151167	223167
Vânzări	11	15	155500	155500	155500
TOTAL INTRĂRI DE NUMERAR	116625	16	234667	306667	378667
Investiția + capitalul circulant net	45000	333	0	0	0
Cheltuieli operaționale	64125	83500	83500	83500	83500
Impozit pe profit	0	0	0	0	0
TOTAL IEȘIRI DE NUMERAR	109125	83833	83500	83500	83500
SURPLUS / DEFICIT DE NUMERAR	7500	79167	151167	223167	295167

Rată valoare netă actualizată | 0,15

RIR	86.29%
VNA	121754

IMPOZITUL PE PROFIT



Scanned with OKEN Scanner

3.1. Care este cadrul legal în vigoare cu privire la impozitul pe profit? 69

3.2. Cine plătește impozit pe profit? 69

3.3. Când se plătesc impozitele? 70

3.4. Ce este profitul? 70

3.5. Cât impozit plătim? 71

3.6. Există limitări privind nivelul cheltuielilor permise? 71

3.7. Există scutiri de impozit pe profit? 72

3.8. Se pot solicita reduceri de impozite ? 72

3.9. Penalizări și contravenții 73

NOTĂ!

Capitolul de față a fost elaborat pe baza Reglementărilor legale în vigoare în luna februarie 1993. Parlamentul României are prevăzută modificarea legislației aferente.

Scanned with OKEN Scanner

3.1. CARE ESTE CADRUL LEGAL ÎN VIGOARE CU PRIVIRE LA IMPOZITUL PE PROFIT ?

- Legea 12/91 privind impozitul pe profit, modificată la art. 5 prin Legea 55/91 care prevede extinderea scutirii de impozit asupra acelor întreprinderi care au funcționat și înainte de promulgarea Legii 12/91.
- Hotărârea Guvernului României (HGR) 804/91 privind impozitul pe profit.
- Legea 31/90 - Legea societăților comerciale, care prevede formele juridice, modalitățile de constituire, funcționare, modificare, dizolvare și lichidare a societăților comerciale.
- Legea 40/1992 privind stabilirea impozitului pe dividende la societățile comerciale.
- Legea 35/91 privind regimul investițiilor străine.
- Ordonanța Guvernului 14/92 privind majorările de întârziere.
- Ordonanța Guvernului 23/92 privind noile sancțiuni.
- Ordonanța Guvernului 28/92 privind accizele.
- Legea 84/92 privind regimul zonelor libere.
- Instrucțiunile Ministerului Economiei și Finanțelor nr. 3614/1991 privind tehnica de calcul a impozitului pe profit.

Aceste acte normative pot fi obținute de la:
BULETINUL OFICIAL AL ROMÂNIEI, București II, str. Blanduziei nr. 1, Tel. 6117702

3.2. CINE PLĂTEȘTE IMPOZIT PE PROFIT ?

(a) Regiile autonome (RA)
(b) Societățile comerciale: în nume colectiv (SNC), în comandită simplă (SCS), pe acțiuni (SA), în comandită pe acțiuni (SCA), cu răspundere limitată (SRL)
(c) Instituțiile financiare și de credit
(d) Organizațiile cooperatiste meșteșugărești, de consum și de credit

Scanned with OKEN Scanner

(e) Unitățile economice ale persoanelor juridice române sau străine, ale organizațiilor obștești (partide politice, sindicate, fundații) și ale cultelor religioase.

3.3. CÂND SE PLĂTESC IMPOZITELE ?

Impozitul pe profit (IP) se plătește lunar până cel târziu în data de 25 a lunii următoare, cu excepția lunii decembrie pentru care impozitul poate fi plătit până la data de 31 ianuarie a anului următor.

Reducerea impozitului aferent profitului utilizat efectiv pentru dezvoltarea unității se acordă numai după încheierea bilanțului anual, la data de 31 ianuarie a anului următor.

3.4. CE ESTE PROFITUL ?

Profitul este surplusul obținut de o societate comercială atunci **când venitul total** pe care aceasta îl obține din **toate** activitățile sale **depășește cheltuielile** necesare realizării acestor activități.

Profitul brut - PB (profitul impozabil efectiv realizat) al unei societăți comerciale este calculat prin **scăderea tuturor cheltuielilor** (efectuate în limitele permise) **din venitul total** obținut de societate.

Profitul net - PN se calculează prin **scăderea din profitul brut a cotelor de impozit pe profit.**

De exemplu:

Venit total (VT)	**100 lei**
Cheltuieli directe	70 lei
Cheltuieli indirecte	10 lei.
Cheltuieli permise	**80 lei**
Profit brut (PB)	**20 lei**
Impozit pe profit **(IP)** - 30%	6 lei
Profit net (PN)	**14 lei (14%)**

Exemple de calcul al profitului brut și al profitului net lunar sunt date în Anexele **3.A**, respectiv **3.B.**

Scanned with OKEN Scanner

3.5. CÂT IMPOZIT PLĂTIM ?

Impozitul se calculează în cote proporționale aplicate profitului brut astfel:

- 30% pentru profitul impozabil de până la 1 milion lei;
- 45% pentru partea din profitul impozabil ce depășește 1 milion lei.
- Dividendele distribuite asociaților din profitul net realizat se impozitează cu 10%.
- În cazul în care asociații cetățeni străini doresc să transfere în străinătate dividendele ce le revin, acestea se impozitează suplimentar cu 10%.

3.6. EXISTĂ LIMITĂRI PRIVIND NIVELUL CHELTUIELILOR PERMISE?

- Fondul de rezervă se constituie prin prelevarea anuală a unei sume de minimum 5% din *"diferența" calculată prin scăderea din venitul anual total a cheltuielilor din activitatea societății*[1].

  Pentru exemplu de calcul al "diferenței" a se vedea **Anexa 3.A.**

- **Diurna și cheltuielile de deplasare.** HGR 412/91 stabilește limitele maxime pentru aceste cheltuieli.
- **Cheltuielile de protocol, reclamă și publicitate** sunt de asemenea limitate la maximum 3% din "diferența" definită anterior.
- **Cheltuielile și donațiile** pentru scopuri umanitare, sprijinirea activităților sociale, culturale, științifice și sportive sunt limitate la maximum 2% din fondul de salarii anual.

  Partea care depășește cheltuielile limitate superior nu se ia în calcul și ca atare se suportă din profitul net.

---

[1] Această prelevare, care se aplică numai societăților cu răspundere limitată și pe acțiuni, se efectuează până când fondul de rezervă atinge nivelul minim de 20% din capitalul social al societăților comerciale înființate conform Legii 31/90 și de 25% din capitalul social al societăților comerciale cu capital străin înființate în baza Legii 35/91.

Scanned with OKEN Scanner

3.7. EXISTĂ SCUTIRI DE IMPOZIT PE PROFIT ?

Se acordă următoarele scutiri de impozit pe profit pentru anumite perioade de timp contând de la data înființării, în funcție de profilul activității desfășurate de societățile comerciale, după cum urmează:

- industrie, agricultură și construcții — **5 ani**
- exploatare resurse naturale, telecomunicații și transporturi — **3 ani**
- servicii — **1 an**
- comerț — **6 luni**

cu condiția ca societățile să depună anual, la circumscripția financiară, date privind profitul brut realizat și să funcționeze în același domeniu de activitate încă o perioadă egală cu cea pentru care beneficiază de scutirea de impozit respectivă.

Societățile comerciale constituite cu aport de capital străin beneficiază de aceleași scutiri de la plata impozitului pe profit și în aceleași condiții ca mai sus, cu excepția acelora care își desfășoară activitatea în **domeniul comercial sau al prestării serviciilor** și care sunt scutite de impozitul pe profit pentru o perioadă de **2 ani.**

3.8. SE POT SOLICITA REDUCERI DE IMPOZITE ?

- Unitățile plătitoare care angajează **persoane handicapate** și/sau **nevăzători** pot solicita o reducere a impozitului pe profit proporțională cu ponderea persoanelor respective în numărul total al salariaților. Reducerea se acordă lunar în raport cu ponderea din luna respectivă.

De exemplu, o întreprindere care are 100 de angajați din care 10 sunt nevăzători iar 20 handicapați va plăti numai 70% din impozitul pe profit calculat.

- O reducere de 50% a impozitului aferent profitului brut poate fi solicitată pentru partea din profit **utilizată efectiv pentru dezvoltare,** cu condiția ca sumele echivalente reducerii să fie folosite cu aceeași destinație în următorii doi ani. Sumele aferente acestor reduceri de impozit se vor evidenția într-un cont separat. Această reducere poate fi solicitată o dată pe an, la 31 ianuarie, pe baza bilanțului contabil pentru anul anterior.
  Un exemplu de calcul se dă în **Anexa 3.C.**

- Societățile comerciale cu aport de capital străin pot solicita o reducere a impozitului pe profit cu 25%, după expirarea perioadelor de scutire de mai sus, dacă:

Scanned with OKEN Scanner

— se asigură min. 50% din necesarul de materii prime, energie și combustibil din import;
— se exportă min. 50% din produsele/serviciile realizate;
— se utilizează peste 10% din cheltuieli pentru activitatea de cercetare-dezvoltare în țară și pentru formarea profesională;
— se achiziționează din producția internă min. 50% din utilajele și echipamentele necesare dezvoltării investițiilor;
— se crează min. 50 de noi locuri de muncă.

3.9. PENALIZĂRI ȘI CONTRAVENȚII

- Se aplică o penalizare de **0,3%** pentru fiecare zi de întârziere după data limită stabilită pentru plata impozitului pe profit. În cazul în care data limită este o sărbătoare legală, dată limită pentru plată va fi următoarea zi lucrătoare.
- Constituie contravenții conform Legii 12/91 art. 15, lit. b) și art. 17, toate operațiunile efectuate în evidența contabilă care conduc, în mod direct sau indirect, la diminuarea artificială și nelegală a profitului impozabil.
- Contravențiile constatate se sancționează după cum urmează:
— plata unor amenzi cuprinse, după caz, între **10000 și 100000 lei** și
— vărsarea la buget a **impozitului sustras precum și a unei sume egale cu valoarea acestuia**, în termen de 15 zile de la data constatării.

Scanned with OKEN Scanner

Anexa 3.A

DETERMINAREA PROFITULUI IMPOZABIL
în cazul unui agent economic privat

-mii lei-

I.1	Venituri din activitatea de bază	1700
I.2	Venituri din alte activități	500
I	**TOTAL VENITURI (I.1 + I.2)**	**2200**
II.1	Cheltuieli pentru activitatea de bază	500
II.2	Cheltuieli pentru alte activități	100
II.3	Cheltuieli suportate direct din venituri	400
	din care:	
	a) taxe pentru terenuri	30
	b) taxe mijloace transport	20
	c) pregătire profesională	20
	d) contracte de cercetare	28
	e) comisioane	40
	f) protocol și reclamă (max. 3% din III)	42
	g) adaosuri și sporuri	40
	h) fondul de rezervă (min. 5% din III)	80
	i) pierderi nerecuperate	50
	j) donații (max. 2% din fondul anual de salarii)	40
	k) alte cheltuieli legale	10
II	**TOTAL CHELTUIELI (II.1 + II.2 + II.3)**	**1000**
III	***D I F E R E N Ț A [I - (II.1 + II.2)] =***	***1600***
IV	**PROFIT BRUT (I - II)**	**1200**
V	**IMPOZIT PE PROFIT**	**390**
	din care: 30% x 1000	300
	45% x (1200-1000)	90
VI	**PROFIT NET (IV - V)**	**810**

Scanned with OKEN Scanner

Anexa 3.B

DETERMINAREA IMPOZITULUI PE PROFIT (IP)

Regularizarea lunară a vărsămintelor la buget
(lei)

Pentru luna ianuarie

PB/ian. . . . . . = 55000

IP (55000x30%) . . . . . = 16500

PN/ian . . . . . = 38500

Pentru luna februarie

PB/feb. . . . . . = 65000

PB cumulat (ian + feb) 55000 + 65000 . . . . . = 120000

IP cumulat (120000x30%) . . . . . = 36000

IP plătit la 25 feb.pt.ian. . . . . = 16500 (-)

IP/feb. (de plătit până la 25 mar.) . . . . . = 19500

PN/feb. (65000-19500) . . . . . = 45500

. . . . . .

Pentru luna noiembrie

PB/nov. . . . . . = 200000

PB cumulat (ian-nov) . . . . . = 1000000

IP cumulat (1000000x30%) . . . . . = 300000

IP plătit/ian-oct (800000x30%) . . . . . = 240000 (-)

IP/nov. (de plătit până la 25 dec.) . . . . . = 60000

PN/nov. (200000-60000) . . . . . = 140000

Scanned with OKEN Scanner

Pentru luna decembrie și anul în curs

PB/dec.	= 200000
PB cumulat (ian-dec)	= 1200000
IP pentru 1000000x30%	= 300000
IP pentru 200000x45%	= 90000
IP cumulat pentru anul curent	= 390000
IP plătit/ian-nov	= 300000 (-)
IP/dec.(de plătit până la 31 ianuarie)	= 90000
PN/dec. (200000-90000)	= 110000

PN/anul în curs = [1200000 - (1000000x30% + 200000x45%)] = 810000 lei

Anexa 3.C

CALCULUL REDUCERII DE IMPOZIT

pentru partea din profitul net destinată dezvoltării

(lei)

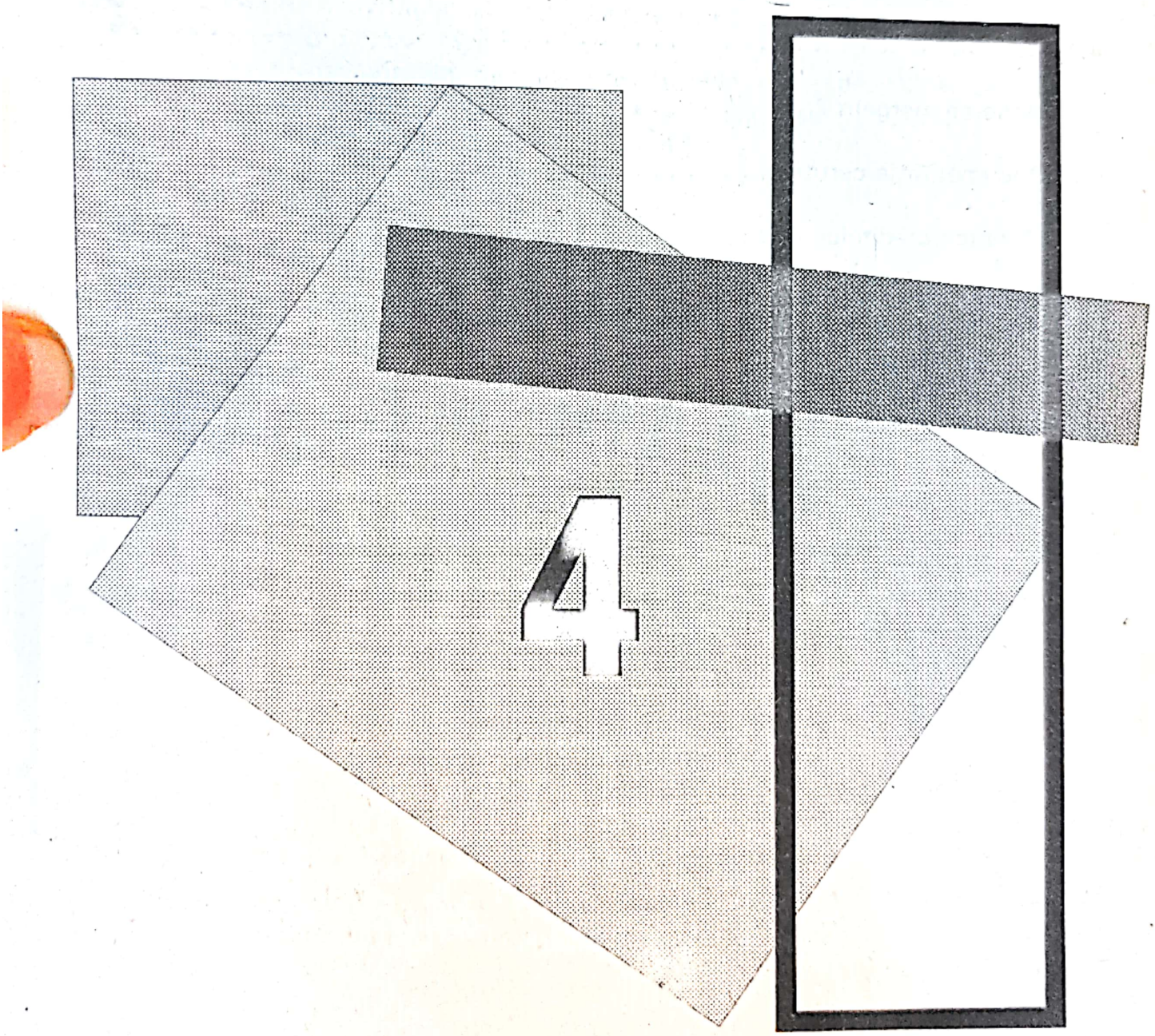
PB realizat în anul curent (v. Anexa 3.A pct. IV)	= 1200000
IP pentru anul curent (v. Anexa 3. B luna decembrie)	= 390000 (-)
PN corespunzător anului curent	= 810000

Determinarea cotei medii de impozit (390000/1200000) x 100 = ***32,5%***

Partea din PN destinată dezvoltării	= 400000
Impozitul aferent părții reinvestite 400000 x 32,5% x 50%	= 65000
Impozitul de plată până la 31 ianuarie 390000 - 65000	= 325000
Fondul de dezvoltare va fi 400000 + 65000	= 465000
PN efectiv pentru anul curent va fi 810000 - 400000	= 410000

Scanned with OKEN Scanner

CUM SĂ OBȚINEM UN CREDIT ?



Scanned with OKEN Scanner

4.1. Ce fel de credit ? 79

4.2. Unde să mergem ? 79

4.3. Documentația cerută 80

4.4. Mărimea creditului 81

4.5. Dobânzi și comisioane 81

4.6. Alte forme de creditare 82

4.7. Garanții 83

Scanned with OKEN Scanner

4.1. CE FEL DE CREDIT ?

Activitățile pe care băncile le creditează se grupează în:

A. Activități curente:
a) procurare de materii prime și materiale, mărfuri, etc.;
b) activități de producție;
c) vânzări;
d) servicii;
e) alte activități.

B. Activități de investiții.

- Pentru activitățile curente, băncile oferă de obicei credite pe termen scurt (3 până la 12 luni).
- Pentru activitățile de investiții, băncile oferă de obicei credite pe termen mediu și lung (medii: 1-4 ani, lungi: peste cinci ani) dar și pe termen scurt, în funcție de necesități.

4.2. UNDE SĂ MERGEM ?

În România există o rețea întinsă de bănci, aflate în cele două forme de proprietate.

Dintre acestea mai importante sunt: Banca Comercială Română, Banca Română de Dezvoltare, Banca Română de Comerț Exterior, Banca Țiriac, BankCoop, Banca Agricolă, Banca Dacia Felix.

Toate aceste bănci operează ca bănci comerciale, efectuând un spectru larg de operațiuni dintre care:

- deschiderea de conturi curente pentru persoane fizice și juridice;
- transferuri de fonduri;
- plăți și încasări;
- emiteri de cecuri;
- acordare de credite;
- emiteri de scrisori de garanție;
- licitații valutare.

O mențiune specială trebuie făcută pentru:

— *Banca Română de Comerț Exterior* care, prin rețeaua sa de corespondență bancară în străinătate (bănci corespondente), poate realiza plăți și încasări pentru

Scanned with OKEN Scanner

operațiuni de export-import pentru agenți economici ce realizează astfel de operațiuni;

— *Banca Agricolă*, care furnizează credite și specialiști pentru activități și investiții agricole;

— *Banca Română de Dezvoltare*, care furnizează credite și specialiști pentru activități și investiții industriale.

4.3. DOCUMENTAȚIA CERUTĂ

Pentru contractarea unui împrumut bancar, agenții economici trebuie să prezinte următoarele tipuri de **documente:**

A. *Documente care certifică existența firmei*:
— contractul de asociere
— statutul firmei
— certificatul de înmatriculare la Registrul Comerțului
— decizia judecătorească.

B. *Documente care certifică necesitatea și oportunitatea creditului, precum și posibilitățile de rambursare*:
— cererea de credite
— prezentarea generală a firmei: numele firmei, adresa, forma juridică de constituire, principalii deținători de capital, principala activitate a firmei, principalii parteneri, alte credite, cifra de afaceri (venituri).

NOTĂ: Pentru clienții tradiționali ai băncilor, documentele menționate la punctul A nu sunt cerute. Acești clienți au însă obligația de a reînnoi prezentarea generală a firmei.

C. *Proiectul de eficiență a activității ce urmează a fi creditată.*

D. *Ultimele trei bilanțuri contabile și conturi de profit și pierderi* (când este vorba de o firmă nou înființată, ultimul bilanț contabil și contul de profit și pierderi).

E. Pentru activitatea de investiții, firma trebuie să pregătească un *studiu de fezabilitate* ce cuprinde în detaliu sursele de finanțare ale investiției (proprii și împrumutate), precum și documentele care certifică efectuarea investiției (autorizație pentru construcții, factura proforma, etc). Ca regulă generală, pentru activitatea de investiții clienții trebuie să asigure minimum 15% din valoarea investiției.

Scanned with OKEN Scanner

După depunerea documentației și analizarea acesteia, între bancă și clientul său are loc un proces de **negociere a creditului** ce ia în considerare datele creditului respectiv: durata, rambursarea, valoarea, dobânda, comisioanele, obiectul creditului.

În urma negocierii, se încheie un **contract de creditare** ce cuprinde în detaliu datele menționate mai sus și care trasează modul de derulare a activității de creditare.

4.4. MĂRIMEA CREDITULUI

A. Pentru toate activitățile curente (menționate la punctul 1.A.), mărimea creditului este determinată luând în considerare volumul total al cheltuielilor de producție, astfel încât:
— volumul încasărilor pe perioada creditului trebuie să acopere plata ratelor de credit și a dobânzilor;
— valoarea garanțiilor trebuie să acopere valoarea creditului și a dobânzilor aferente.

B. Pentru activitățile de investiții, mărimea creditului este luată în considerare ca diferență între valoarea investiției și 15% din această valoare care este suportată de client.

4.5. DOBÂNZI ȘI COMISIOANE

DOBÂNZI

Rata dobânzii unui credit este negociată între client și bancă, în funcție de politica de creditare a băncii.

Ca mod de calcul, dobânda este calculată astfel: în convenția de credit sunt stipulate ratele de credit ce vor fi înapoiate și termenul de înapoiere a acestora. Valoarea dobânzii este calculată în funcție de această rată, ca rată procentuală.

Exemplu:

— valoarea creditului: 1.000.000 lei.

— rata dobânzii: 5%.

— termenul de rambursare: 4 rate trimestriale egale.

Scanned with OKEN Scanner

1. valoarea dobânzii aferentă primului trimestru:

$$\frac{1000000 \times 90 zile \times 5}{360 \times 100} = 12500$$

2. valoarea dobânzii aferentă celui de-al doilea trimestru:

$$\frac{750000 \times 90 zile \times 5}{360 \times 100} = 9375$$

3. valoarea dobânzii aferentă celui de-al treilea trimestru:

$$\frac{500000 \times 90 zile \times 5}{360 \times 100} = 6250$$

4. valoarea dobânzii aferentă celui de-al patrulea trimestru:

$$\frac{250000 \times 90 zile \times 5}{360 \times 100} = 3125$$

Formula generală este:

$$\frac{\text{sold cont.de credit x nr.zile utilizare x procent de dobândă}}{360 \times 100}$$

Un calcul "simplist" al dobânzii de 5% din valoarea de 1.000.000 lei împrumutat conduce la o dobândă de 50.000 lei, evident greșit, tocmai pentru că nu s-a ținut seama de plățile trimestriale care, reducând datoria, fac ca în final această dobândă să fie în realitate doar de 31.250 lei și nu 50.000 !!

COMISIOANE

Principalele comisioane percepute de bancă la acordarea creditelor sunt:

- **Comisioane financiare:**
  - "flat" (% aplicat asupra valorii creditului o singură dată)
  - "regular" (% aplicat asupra valorii creditului x nr. de zile utilizare).
- **Comisioane de neutilizare:** aplicate la soldul creditului pentru sumele ce nu sunt utilizate conform tragerilor de credit planificate.
- **Costuri directe:** percepute la bancă pentru cheltuieli făcute de aceasta cu telex, telefon, poștă, etc.

4.6. ALTE FORME DE CREDITARE

Alte două forme de creditare utilizate frecvent de bănci sunt:

Scanned with OKEN Scanner

- **plafon de lucru** (pentru contul curent al clienților - persoane juridice), care permite clientului să aibă plăți mai mari decât încasările și soldul contului curent (în general ca procent aplicat la soldul mediu al contului).
  Ca și în cazul convenției de credit, pentru realizarea unei astfel de creditări se încheie cu banca o convenție de "descoperit de cont".

- **scrisori de garanție bancară**: emise de bănci în nume propriu și în favoarea clienților, în scopul garantării unor plăți ce urmează a fi făcute de aceștia.

4.7. GARANȚII

- **Gaj:** 1) cu deposedare: pentru metale prețioase, hârtii comerciale;
  2) fără deposedare: asupra mijloacelor fixe, stocurilor, bunurilor imobiliare;

- **Ipotecă de gradul I** asupra bunurilor cumpărate cu creditul respectiv, bunurilor imobiliare;

- **Cesiunea de creanță**: sume care constituie creanțe ale clientului băncii sunt cedate cu prioritate pe perioada creditului;

- **Scrisori de garanție**: emise pentru clientul băncii, de către alte bănci.

NOTĂ:

Modul de creditare a societăților constituie un atribut al băncilor, care și-l stabilesc prin Regulamentele de organizare și funcționare.

În Anexa 4.A, se prezintă ca exemplu Normele metodologice ale Băncii Comerciale Române pentru creditarea societăților cu capital privat, din care rezultă concret procedura cu care o bancă tratează în mod specific această problemă.

Normele de creditare ale diverselor bănci sunt asemănătoare, ele diferind doar prin unele prevederi specifice: redactarea documentelor, valoarea dobânzii, a comisioanelor, obligații, etc.

Scanned with OKEN Scanner

CREDITAREA SOCIETĂȚILOR CU CAPITAL PRIVAT

— Norme metodologice elaborate de Banca Comercială Română —

Potrivit prevederilor din statutul său de organizare și funcționare aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 1195/1990, Banca Comercială Română — S.A. poate acorda clienților săi - persoane juridice constituite potrivit legii - credite în lei pe termen scurt pentru desfășurarea activității de aprovizionare, producție, desfacere și prestări servicii, precum și credite pe termen mediu și lung pentru desfășurarea activității de investiții.

Societățile cu capital privat ce-și desfășoară activitatea ca persoane juridice în România pot contracta credite bancare în lei cu sucursalele, filialele și agențiile Băncii Comerciale Române, în condițiile prezentelor norme metodologice.

Capitolul 1
PRINCIPII GENERALE

Operațiunile de credit efectuate de Banca Comercială Română au la bază prudența bancară, ca principiu fundamental de politică bancară ce caracterizează întreaga activitate, precum și următoarele principii generale.

1. CREDIBILITATEA: reprezintă suportul moral, elementul psihologic esențial, fără de care creditul nu poate exista.

Potrivit prevederilor art. 19 din Legea nr. 33/1991 privind activitatea bancară, „la acordarea creditelor societățile bancare vor urmări ca solicitanții să prezinte credibilitate".

Dobândirea încrederii presupune cunoașterea clientului iar aceasta se realizează printr-o permanentă activitate de informare și documentare pentru formarea convingerilor cu privire la: calitățile morale și profesionale ale conducătorilor societății și a principalilor lor colaboratori și asociați; reputația privită prin calitatea produselor și serviciilor, a relațiilor cu partenerii; situația patrimonială și financiară.

2. FORMA CONTRACTUALĂ. Potrivit prevederilor art. 21 din Legea nr. 33/1991 privind activitatea bancară, „toate operațiunile de credit și garanție ale societăților bancare vor trebui consemnate în documente contractuale din care să rezulte clar toți termenii și toate condițiile respectivelor tranzacții". Modificarea sau completarea clauzelor inițiale presupun întocmirea unor acte adiționale la contractul de împrumut.

3. DESTINAȚIA CREDITULUI. Este principiul care obligă împrumutatul de a utiliza creditul în concordanță cu scopul pentru care a fost acordat și totodată dă dreptul băncii de a urmări respectarea modului de utilizare.

În situația în care împrumutatul încalcă condițiile contractului de credit - inclusiv cele referitoare la destinația creditului - potrivit prevederilor art. 20 din Legea nr. 33/1991, banca va putea „întrerupe imediat, fără preaviz, utilizarea creditului aprobat".

4. GARANTAREA CREDITULUI. Potrivit acestui principiu, orice credit trebuie garantat cu bunuri mobile și imobile sau titluri de valoare aflate în patrimoniul societății. Garanțiile asiguratorii reprezintă principalul mijloc preventiv prin care se diminuează riscul insolvabilității.

5. RAMBURSABILITATEA LA TERMEN a creditului. Este principiul care conferă echilibru întregului proces de creditare și asigură condițiile pentru reluarea continuă a acestui proces de acordare, utilizare, rambursare.

Determinarea reală a capacității împrumutului de a realiza venituri, alegerea și convenirea garanțiilor asiguratorii, precum și supravegherea permanentă a modului de utilizare a creditului sunt principalele măsuri care asigură înfăptuirea acestui principiu.

Nerambursarea la termen a ratelor prevăzute în contract atrage după sine plata de dobânzi penalizatoare, precum și declanșarea procedurii de executare silită.

6. DOBÂNDA. Reprezintă interesul care stă la baza oricărei operațiuni de credit și constituie prețul creditului utilizat. Dobânda percepută pentru împrumuturile acordate se negociază de Banca Comercială Română având în vedere dobânda pieței.

7. GARANȚIILE CREDITULUI. Pentru reducerea la minimum posibil a riscului de nerambursare la termen a creditului, Banca Comercială Română solicită beneficiarilor de împrumuturi garanții.

Scanned with OKEN Scanner

Tipurile de garanții admise de Banca Comercială Română sunt:

7.1. Gajul propriu-zis - constituit în favoarea băncii, potrivit legii, respectiv prevederile de la art. 1685-1696 din Codul Civil și art. 480 din Codul Comercial, sub cele două forme:

a) gajul cu deposedare, care se poate constitui asupra:

a.1) depozitelor în valută, aflate în conturile personale ale membrilor asociați sau giranților societății. Admiterea în garanție se face numai pentru principalele valute convertibile (dolar S.U.A., liră sterlină, marcă germană, franc francez, franc elvețian, șiling austriac).

Transformarea în lei a depozitelor în valută se face având în vedere cursul de schimb al dolarului S.U.A. stabilit prin fixing interbancar în ziua precedentă, din care se deduce o marjă de risc de 10%.

La depozitele în valută constituite drept garanții pentru acordarea creditelor în lei se bonifică o dobândă mai mică de 1,0 puncte față de dobânda de bancă la depozitele constituite pentru același fel de valută și termen;

a.2) obiectelor din metale prețioase, expertizate și evaluate de organele specializate, autorizate.

Admiterea în garanție se va face la prețul legal de achiziție, practicat de stat pentru metalele prețioase respective.

a.3) titlurilor de valoare, respectiv asupra acțiunilor și obligațiunilor, care se cotează la bursă, precum și cambiilor și biletelor la ordin, care se iau în garanție la 90% din valoarea acestora;

b) gajul fără deposedare se poate constitui asupra:

b.1) bunurilor mobile existente în proprietatea societății de natura materiilor prime, materialelor, semifabricatelor și produselor finite sau mărfurilor, dacă pe toată perioada creditării se vor putea regăsi sub aceeași formă, vor putea fi numărate sau măsurate și depozitate separat într-un loc bine determinat.

Aceste bunuri se admit în garanție la prețul de achiziție rezultat din factură sau alte documente, din care se deduce o marjă de risc de 20%.

b.2) bunurilor mobile de natura mijloacelor fixe aflate în proprietatea societății. Acestea vor putea fi admise în garanție numai dacă sunt în bună stare de funcționare, la valoarea rămasă dacă gradul de uzură nu depășește 50%. Valoarea admisă în garanție este valoarea rămasă, din care se deduce o marjă de risc de 20%;

b.3) bunurilor mobile ce urmează a se procura din credite, de natura materiilor prime, materialelor, semifabricatelor și mărfurilor; ele vor putea fi constituite în gaj din momentul înregistrării în patrimoniul societății, dacă pe perioada creditării se vor regăsi sub aceeași formă, vor putea fi măsurate și depozitate într-un loc separat.

Valoarea admisă în garanție având în vedere prețul de achiziție rezultat din Factură sau alte documente, din care se deduce o marjă de risc de 20%;

b.4) bunurilor mobile ce urmează a se procura din credite de natura mijloacelor fixe; acestea vor putea fi constituite în gaj din momentul înregistrării în patrimoniul societății. Valoarea admisă în garanție este valoarea rezultată din facturi sau alte documente, din care se deduce o marjă de risc de 20%.

Nu vor putea fi admise în garanție și constituie drept gaj bunurile mobile ce nu pot fi ușor valorificate, cele care nu sunt depozitate și utilizate corespunzător, cele degradate, incomplete sau mijloacele fixe vechi, cu grad de uzură înaintat.

Se va urmări ca bunurile gajate să nu fie afectate de alte creanțe și să fie asigurate la o societate de asigurări. În acest scop, înainte de încheierea contractului de împrumut se va consulta registrul de gajuri de la primărie, iar înainte de acordarea efectivă a creditului se va solicita cesionarea drepturilor de despăgubire din contractele de asigurare încheiate.

7.2 Ipoteca convențională de rangul I - este admisă drept garanție dacă se constituie în formele prevăzute de lege (art. 1749 alin. 2 din Codul Civil) asupra:

a) bunurilor imobile prin natura lor (clădiri, construcții) aflate în proprietatea societății sau a membrilor asociați ca giranți;

b) bunurilor imobile prin destinație (mașini, utilaje, instalații fixate în spații) în stare de funcționare, aferente procesului de producție și aflate în proprietatea societății.

Bunurile imobile aflate în proprietatea societății se admit în garanție la valoarea rămasă, din care se deduce o marjă de risc de 20%.

c) bunurilor imobile ce urmează a fi cumpărate sau realizate din credite, care pot fi admise în calculul garanțiilor, dacă asupra lor se va constitui ipoteca odată cu încheierea actelor de vânzare-cumpărare sau în cel mult 30 de zile

Scanned with OKEN Scanner

de la data realizării construcției. Suma admisă în garanție este valoarea din actul de vânzare-cumpărare sau din devizul general, în cazul construcțiilor noi.

Se va urmări ca bunurile ipotecate să nu fie afectate de alte creanțe și să fie asigurate la o societate de asigurări. Înainte de încheierea contractului de împrumut, inspectorul băncii va consulta registrul de inscripționare la notariat pentru a asigura rangul I al ipotecii ce se constituie în favoarea băncii. Înainte de acordarea efectivă a creditelor se va solicita cesionarea drepturilor de despăgubire din contractele de asigurare încheiate pentru bunurile imobile aflate în proprietatea societății.

Nu sunt admise în garanția creditelor bunurile imobile pentru care nu se poate face dovada proprietății și nici terenurile situate în extravilan.

7.3. Cesiunea de creanță - va putea fi admisă drept garanție dacă privește drepturi de încasat, rezultate din contracte ferme pentru mărfuri livrate, servicii prestate, lucrări executate către parteneri cunoscuți ca solvabili de către Banca Comercială Română.

Cesiunea de creanță va fi acceptată sub forma transmiterii înscrisului (contractului) dacă:

- plata este prevăzută a se face în cadrul termenului de creditare:

- beneficiarul mărfurilor livrate sau serviciilor prestate își dă acordul potrivit unei note de accept, pentru schimbarea creditorului inițial prin achitarea acestora în contul băncii creditoare.

Solicitantul de credite va înmâna băncii contractul de livrare pe care înscrie sub semnătură privată și datată: „Cesionat în favoarea băncii drepturile de încasat din acest contract pentru suma de lei..... (în cifre și litere) cu titlu de garanție, pentru creditul aprobat în sumă de lei....(în cifre și litere).

Operațiunea de cesionare a fost acceptată de (denumirea agentului economic) care se angajează potrivit notei de accept nr... din..... pe care o anexează la prezentul contract, ca la data plății, respectiv la..... să vireze în contul de împrumut, simbol..... suma de lei (în cifre și litere) stingând astfel corespunzător obligațiile față de (denumirea împrumutului).

7.4. Scrisoarea de garanție bancară - va putea fi admisă în garantarea creditului, dacă aceasta a fost emisă de către o bancă sau instituție financiară din țară sau din străinătate, agreată de Banca Comercială Română, prin care se angajează în mod irevocabil ca în cazul în care o anumită persoană juridică numită „debitor principal" nu va plăti la un anumit termen o sumă determinată și indicată în mod expres în scrisoare, să plătească ea însăși suma neachitată în favoarea unei alte persoane fizice sau juridice denumită „beneficiar", în cazul de față Banca Comercială Română.

Elementele esențiale pe care trebuie să le cuprindă o scrisoare de garanție bancară sunt: denumirea și adresa băncii garante; denumirea și adresa societății garantate; numele și adresa beneficiarului garanției, respectiv Banca Comercială Română - S.A., sucursala, filiala, agenția; obiectul garanției, valoarea garanției exprimată într-o sumă bine determinată; termenul de plată a sumei garantate; termenul de valabilitate al garanției; clauza de renunțare la beneficiul opoziției, discuției etc.; clauze speciale referitoare la prelungirea termenului de valabilitate; reducerea valorii garanției; condițiile în care garantul poate fi solicitat la plată.

Scrisorile de garanție emise de băncile sau instituțiile financiare din străinătate sunt admise drept garanții dacă sunt exprimate într-una din valutele convertibile.

Transformarea în lei a valorii scrisorii de garanție în valută se face utilizând cursul de schimb al dolarului S.U.A. stabilit prin fixing interbancar în ziua precedentă efectuării transformării, din care se scade o marjă de risc de 10%.

7.5. Stocurile de materii prime, materiale și mărfuri - destinate consumului sau vânzării imediate, asupra cărora nu se poate constitui gajul propriu-zis, aprovizionate sau în curs de aprovizionare, vor putea fi admise în garanția creditului la cel mult 60% din valoarea de achiziție, dacă:

- agentul economic a mai beneficiat în ultimele 12 luni de credite pe termen scurt pe care le-a rambursat potrivit scadențelor stabilite;

- produsele finite rezultate din prelucrarea materiilor prime și materialelor achiziționate din credite au desfacerea asigurată prin contracte ferme cu termene de încasare de cel mult 12 luni de la data angajării creditului, iar mărfurile achiziționate din credite în vederea vânzării pot fi valorificate ușor către populație având în vedere natura și prețul acestora de desfacere.

7.6. Dreptul de gaj general - ce se constituie potrivit art.1718 din Codul Civil asupra tuturor bunurilor imobile și mobile prezente și viitoare, inclusiv a celor ce se procură sau realizează din

Scanned with OKEN Scanner

credite prin consemnarea unei astfel de clauze în contractul de împrumut.

Spre deosebire de gajul propriu-zis și de ipotecă, când numai acele bunuri gajate sau ipotecate sunt afectate de creanța respectivă, în cazul dreptului de gaj general toate bunurile, prezente și viitoare, în universalitatea lor, sunt afectate de toate creanțele prezente și viitoare, punând astfel toți creditorii în poziție de egalitate.

8. Volumul creditului solicitat și al dobânzilor aferente va trebui să fie acoperit integral cu garanții.

Alegerea tipurilor de garanții se va face în funcție de destinația creditului astfel:

- creditele pentru producție vor putea fi garantate cu una sau mai multe din formele de garanții prevăzute la pct. 7;

- creditele pentru investiții vor fi garantate în primul rând prin ipotecă și/sau gaj, constituit asupra obiectivelor de investiții ce urmează a fi realizate și respectiv procurate din credite și în completare cu ipotecă și gaj asupra bunurilor imobile și mobile aflate în patrimoniul societății.

9. Raporturile juridice dintre bancă și împrumutat asupra garanțiilor constituite se sting, de regulă, după rambursarea integrală a creditelor și dobânzilor.

În cazul ipotecii și gajului, care sunt înregistrate la notariat și respectiv la primărie, radierea se face la cererea constitutorului cu acceptul expres al băncii.

În situația în care împrumutatul apreciază că se vor solicita în continuare noi credite, bunurile imobile și mobile ipotecate și gajate anterior vor putea fi admise în garanție dacă nu au fost radiate, cu precizarea că valoarea bunurilor respective va fi stabilită de inspector la momentul admiterii în garanție.

Partea I
CREDITAREA ACTIVITĂȚII CURENTE

Capitolul II
CONDIȚII GENERALE

10. Societățile cu capital privat - persoane juridice constituite potrivit legii - înmatriculate la registrul comerțului sau, după caz înregistrate la registrul societăților agricole, pot contracta cu sucursalele, filialele și agențiile Băncii Comerciale Române credite pe termen scurt (pe o perioadă de cel mult 12 luni) pentru acoperirea plăților necesitate de realizarea activităților autorizate.

11. Societățile cu capital privat care la data solicitării împrumutului au credite nerambursabile la scadență din contracte de împrumut anterioare, pierderi ori se află în starea de „încetare de plăți" sau faliment nu pot beneficia de credite.

12. Creditele pe termen scurt de care pot beneficia societățile cu capital privat îmbracă forma creditării pe obiect și se acordă pentru constituirea anumitor stocuri de combustibil, materii prime, materiale, piese de schimb, S.D.V.-uri, subansamble, mărfuri etc. și pentru efectuarea anumitor cheltuieli necesare producției, desfacerii, executării de lucrări și prestării de servicii.

13. Creditele pentru constituirea stocurilor și efectuarea de cheltuieli se acordă prin conturi separate de împrumut, pe baza situațiilor de stoc sau de cheltuieli întocmite de agentul economic și verificate de inspector sub aspectul necesităților și oportunității efectuării acestora.

Capitolul III
INFORMAREA ȘI DOCUMENTAREA

14. Orice client nou, ce se adresează pentru prima dată băncii pentru a solicita credite, va trebui să întocmească „fișa de prezență generală a societății", din care să rezulte: denumirea firmei; sector social; forma juridică de organizare; capitalul social subscris și vărsat; principalii deținători ai capitalului; date referitoare la administratorii societății (profesie, vârstă) și membrii comisiei de cenzori, scurt istoric, obiectul activității actuale, principalii parteneri de afaceri privind aprovizionările și livrările, date privind relațiile financiare, creditele contractate cu alte bănci și perspectiva acestor relații, motivele ce determină societatea să apeleze la serviciile băncii noastre.

Totodată, clienții noi, care nu au conturile de disponibilități deschise la Banca Comercială Română, vor prezenta contractul de societate și statutul de funcționare în forma autentică și vor depune băncii câte o copie a acestora, precum și a actelor care atestă legalitatea funcționării lor ca persoană juridică.

Clienții tradiționali ai băncii vor actualiza, dacă este cazul „fișa de prezentare generală".

15. În vederea contractării de împrumuturi, solicitanții vor prezenta băncii cererea de

Scanned with OKEN Scanner

credite, întocmită potrivit modelului din anexa nr. 1 la care vor anexa:

- fișa de prezentare generală a societății;
- situația evolutivă a patrimoniului și a principalilor indicatori de rezultate financiare **(model anexa nr. 2)**;
- situația de stocuri sau cheltuieli pentru care se solicită creditul;
- bugetul de venituri și cheltuieli pe anul în curs;
- ultimul bilanț contabil și contul de profit și pierderi, precum și ultima balanță de verificare.

Documentația de credite depusă va fi verificată dacă poartă semnăturile persoanelor autorizate să angajeze societatea, dacă bilanțul contabil este întocmit și verificat potrivit reglementărilor în vigoare, iar principalii indicatori economici și financiari sunt corelați potrivit metodologiei elaborate de Ministerul Economiei și Finanțelor.

În cazul în care, din verificarea efectivă, rezultă că documentația este incompletă sau nu s-a respectat metodologia de întocmire și verificare, banca va solicita completarea sau, după caz, va restitui cererea de credit, comunicând totodată și motivul.

A. STUDIUL CERERII DE CREDITE

16. Pe baza datelor din ultimul bilanț contabil și din situația evolutivă a patrimoniului și a principalilor indicatori de rezultate financiare, inspectorul va proceda la efectuarea **analizei economico-financiare de ansamblu**, în care scop va determina indicatorii ce caracterizează bonitatea clientului.

17. Principalii indicatori de analiză a bonității sunt:

- **lichiditatea patrimonială** - determinată ca raport între activele curente și obligațiile pe termen scurt din pasivul bilanțului;
- **solvabilitatea** - determinată ca raport între capitalul social vărsat și totalul obligațiilor pe termen mediu și lung plus capitalul social vărsat;
- **rentabilitatea** - exprimată prin rata profitului, care se calculează ca raport între profit și capitalul social vărsat.

Exemplificarea calculului acestor indicatori și analiza lor sunt prezentate în **anexa nr. 4.**

18. Analiza capacității de rambursare a împrumutului. În situația în care indicatorii de bonitate sunt favorabili, inspectorul se va deplasa în teren, la sediul societății, la principalii parteneri de afaceri și, dacă este cazul, la organele financiar-bancare, pentru a verifica realitatea datelor prezentate în documentația de credit.

Pe baza investigațiilor și constatărilor cu privire la capacitățile de producție, la volumul și calitatea producției, nivelul costurilor, posibilitățile de aprovizionare și desfacere, nivelul prețurilor și tarifelor, inspectorul va fi în măsură să se pronunțe dacă există posibilități reale de rambursare a creditului solicitat.

19. Selectarea garanțiilor asiguratorii. În funcție de volumul capitalului social vărsat, de patrimoniul înregistrat la zi, de perspectiva realizării încasărilor și de natura bunurilor ce urmează a fi procurate din credite, vor putea fi selectate în principiu oricare dintre garanțiile asiguratorii prezentate la pct. 7, de exemplu:

- **numai gajul propriu-zis** cu deposedare și fără deposedare și/sau ipoteca, dacă acestea acoperă integral creditul solicitat, inclusiv dobânda;
- **gajul propriu-zis și/sau ipoteca**, împreună cu oricare din tipurile de garanții, în cazul în care creditul solicitat, inclusiv dobânda, nu pot fi acoperite integral de gaj și/sau ipotecă;
- **gajul propriu-zis constituit asupra materiilor prime, materialelor și mărfurilor existente în stoc** va putea fi selectat drept garanție dacă există condiții pentru a organiza și verifica gestiunea gajului și dacă agentul economic se angajează prin contractul de împrumut că înaintea oricărei diminuări a gajului, prin vânzare sau introducere în fabricație împrumutatul va proceda la rambursarea corespunzătoare a creditului și reflectarea modificărilor în evidențele de gestiune a gajului;
- **dreptul de gaj general** va fi admis drept garanție numai în situația în care, la data solicitării împrumutului, volumul activelor patrimoniale la zi este dublu față de volumul creditelor solicitate, la care se adaugă restul datoriilor de orice fel.

20. În cadrul termenului maxim de creditare prevăzut în contractul de împrumut, creditele vor putea fi suplimentate în condițiile prezentelor norme.

21. Concluziile analizelor și verificărilor efectuate vor fi consemnate în referatul de analiză a creditului, din care va trebui să rezulte cu claritate constatările și opiniile inspectorului cu privire la:

- situația economico-financiară de ansamblu a societății;
- capacitatea societății de a realiza venituri;

Scanned with OKEN Scanner

■ situația garanțiilor;

■ propunerea de a se proceda la restituirea documentației de credite sau de a se trece la negocierea creditului;

22. Referatul de analiză a creditului, semnat de șeful serviciului, la care se anexează întreaga documentație, se prezintă directorului unității bancare pentru a decide asupra propunerii făcute.

În funcție de decizia adoptată se va proceda, după caz, la:

- restituirea cererii de credite, inclusiv anexele prezentate, comunicând totodată agentului economic motivele pentru care banca nu poate da curs cererii respective:
- negocierea și încheierea contractului de împrumut.

Capitolul IV
NEGOCIEREA ȘI ÎNCHEIEREA CONTRACTULUI DE ÎMPRUMUT

23. Directorul unității bancare va stabili termenul de finalizare a negocierilor și de încheiere a contractului de împrumut, astfel încât să nu se depășească 30 de zile de la data prezentării cererii de credit.

24. Colectivul de negociere va conveni cu reprezentanții legali ai societății, sau cu împuterniciții acestora asupra tuturor clauzelor ce fac obiectul contractului de împrumut, astfel:

a) destinația creditului - se va avea în vedere a fi creditate acele stocuri și cheltuieli necesare desfășurării activității prevăzute în statutul societății, iar producția realizată sau mărfurile achiziționate să aibă asigurată desfacerea în cadrul termenului de creditare;

b) acordarea creditelor se va face prin cont separat de împrumut - intitulat „Credite pentru stocuri și cheltuieli de producție", pe baza situațiilor de stocuri sau de cheltuieli, din care să rezulte:

- cantitatea și valoarea de achiziție pentru fiecare tip sau sortiment de materii prime, materiale, mărfuri etc., respectiv elementele de cheltuieli și suma aferentă;
- sursele care stau la baza restituirii creditelor, respectiv volumul încasărilor de realizat (se vor nominaliza contractele încheiate cu termenele de încasare în cadrul perioadei de creditare sau estimarea încasărilor din vânzările cu amănuntul);

c) volumul creditului - va fi convenit având în vedere necesarul de stocuri și cheltuieli rezultat din situațiile de stoc și cheltuieli astfel încât:

- volumul încasărilor în perioada creditării să permită rambursarea integrală a creditului și dobânzilor aferente;
- volumul garanțiilor asiguratorii să permită acoperirea integrală a creditului solicitat și a dobânzilor;
- gradul de lichiditate să nu scadă sub nivelul prezentat în anexa nr. 4;
- volumul creditului ce se acordă să nu depășească de cel mult 10 ori capitalul social efectiv vărsat[1], înregistrat la ultimul bilanț contabil;

d) termenele de efectuare a plăților din credite - vor fi convenite în funcție de necesități, stabilindu-se data începerii efectuării plăților, precum și data până la care se poate face ultima plată.

Plățile din credite vor fi efectuate direct din contul separat de împrumut, de regulă prin virament, utilizând instrumentele de decontare convenite în contractele economice. Eventualele plăți în numerar vor fi aprobate de bancă pe măsura apariției necesităților, în funcție de natura acestora;

e) termenele de rambursare a creditelor - vor fi convenite în funcție de termenele prevăzute pentru realizarea încasărilor și acestea pot fi:

- fixe, la o dată anume în cursul lunii sau trimestrului;
- convenționale, la finele lunii sau trimestrului.

Creditul va putea fi rambursat de către împrumutat și înainte de termenele scadente, în întregime sau parțial, cu indicarea de către împrumutat a ratelor scadente ce se achită;

f) nivelul dobânzilor va putea fi negociat în cadrul competențelor și limitelor comunicate de centrala băncii.

---

[1] Orice solicitare peste această limită, la cererea sucursalei se analizează în Comitetul de credite al centralei băncii.

Scanned with OKEN Scanner

Se va conveni asupra clauzei privind dreptul băncii de a modifica nivelurile dobânzilor ori de câte ori, pe parcursul creditării, dobânda pieței va suferi modificări. În acest scop, împrumutatul are dreptul să stabilească care este nivelul maxim până la care acceptă modificarea dobânzii. În situația în care modificările intervenite în nivelul dobânzii pieței vor depăși limita maximă acceptată inițial, banca va aduce la cunoștință împrumutatului noul procent de dobândă prin scrisoare recomandată cu confirmare de primire. Dacă împrumutatul nu acceptă noul nivel de dobândă, în termen de 10 zile de la luarea la cunoștință va rambursa întregul credit și dobânzile aferente.

În cazul nerambursării creditului în termenul de mai sus, noul nivel al dobânzii și următoarele se consideră acceptate până la rambursarea integrală a creditului, fără îndeplinirea altor formalități;

g) garanțiile asiguratorii. În funcție de situația patrimonială la zi, de capacitatea de rambursare a creditului vor fi convenite modalitățile de garantare a împrumutului, având în vedere condițiile prevăzute pentru fiecare tip de garanție;

h) alte clauze, ce vor putea fi convenite, în funcție de situația concretă a fiecărei societăți.

25. Pe baza clauzelor convenite în cadrul negocierii, inspectorul de credite va proceda la întocmirea contractului de împrumut.

Contractul de împrumut se întocmește utilizând ambele fețe ale unei file, într-un număr de 4 exemplare din care două exemplare pentru bancă și două pentru împrumutat (model anexa nr. 5).

26. Contractul de împrumut semnat de reprezentanții legali ai societății, la care se anexează întreaga documentație de credit, se prezintă spre avizare oficiului juridic al sucursalei sau, după caz, al filialei.

27. Aprobarea creditului, inclusiv a eventualelor suplimentări, se va face potrivit următoarelor competențe:

- până la 25 mil. lei - consiliul de administrație al sucursalei, care va putea stabili limite de competențe pentru filiale și agenții;
- între 25-50 mil. lei - direcția de specialitate din centrala băncii;
- între 51-100 mil. lei - vicepreședintele băncii;
- peste 100 mil. lei - comitetul de credite al centralei băncii.

Documentațiile de credite ce depășesc 25 mil. lei, însușite de conducerea sucursalei, vor fi remise direcției de specialitate din centrala băncii.

28. După aprobarea creditelor potrivit competențelor stabilite, contractul de împrumut va fi semnat de persoanele autorizate să angajeze unitatea bancară și va fi înregistrat în registrul de evidență a contractelor de împrumut aprobate. Numerotarea contractelor se va face în ordine crescătoare, începând cu cifra 1 în fiecare an, iar fiecare pagină din contract va purta, în partea dreaptă sus, amprenta ștampilei și semnătura celui care a efectuat înregistrarea.

Capitolul V
ACORDAREA ȘI UTILIZAREA CREDITELOR

29. Toate exemplarele contractului de împrumut vor fi prezentate serviciului contabilității în vederea deschiderii conturilor de credite și înscrierii simbolului contului de împrumut, după care acestea se restituie serviciului de credite.

Toate exemplarele contractului de împrumut vor fi predate împrumutatului în vederea înscripționării sau înregistrării ipotecilor și respectiv gajurilor, urmând ca originalul și un exemplar să fie depuse la serviciul de credite.

30. Creditul va putea fi efectiv acordat numai după ce juristul constată îndeplinirea procedurilor referitoare la constituirea garanțiilor și asigurarea bunurilor existente admise în garanție.

31. Creditele se pun la dispoziția împrumutatului, la termenele stabilite prin contractul de împrumut, în baza plafoanelor întocmite de inspector, potrivit modelului din anexa nr. 6.

Plafoanele de credite se întocmesc în două exemplare și se înregistrează într-un registru special deschis pentru societățile cu capital privat, după care originalul se transmite grupei operative iar copia se păstrează la dosarul de credite.

32. Plățile din credite se vor efectua în limita plafoanelor existente la aceste conturi, pe baza instrumentelor de decontare, convenite de împrumutat prin contractele încheiate cu partenerii.

Documentele, care privesc plăți ce nu sunt în concordanță cu destinația creditului sau emise după expirarea termenului stabilit pentru ultima plată nu vor fi acceptate la plată,

Scanned with OKEN Scanner

menționându-se pe document "respins la plată din credite pe motivul...", după care vor fi restituite împrumutatului sau prezentate inspectorului spre clarificare.

33. Suplimentarea unui credit va putea fi admisă dacă la data solicitării:

— împrumutatul nu are rate neachitate la scadență;

— garanțiile deja constituite acoperă și creditul suplimentar;

— veniturile ce urmează a fi realizate de împrumutat permit rambursarea întregului credit inclusiv suplimentarea solicitată în cadrul termenului maxim prevăzut de lege, socotit de la data primei acordări.

În astfel de situații se va întocmi un act adițional la contractul de împrumut.

Capitolul VI
RESCADENȚAREA ȘI RAMBURSAREA CREDITELOR

34. Rescadențarea unei rate ajunse la scadență va putea fi admisă, la cererea împrumutatului depusă cu cel puțin 10 zile lucrătoare înainte de scadență, în condițiile în care:

— imposibilitatea achitării ratei se datorează unor cauze obiective justificate economic, acceptate de bancă;

— noul termen se încadrează în durata maximă de creditare prevăzut de lege pentru categoria de credite respective.

Se pot admite cel mult trei rescadențări.

Ratele și termenele rescadențate vor fi consemnate într-un act adițional la contractul de împrumut.

35. Rambursarea creditelor.

La data scadenței înscrisă în plafonul de credite, rata respectivă se rambursează din contul de disponibilități al împrumutatului pe bază de notă contabilă întocmită de inspector și vizată de șeful serviciului credite. În cazul lipsei de disponibilități în cont, rata respectivă va fi înregistrată la credite nerambursate la scadență total sau parțial, după caz.

36. Societățile cu capital privat care înregistrează credite nerambursate la scadență vor fi supuse, începând cu ziua următoare înregistrării restanței, regimului de supraveghere a plăților. În aceste situații, banca va urmări ca încasările realizate zilnic să fie utilizate cu prioritate pentru rambursarea integrală a ratelor restante.

37. Dacă într-o perioadă de cel mult 60 de zile de la aplicarea supravegherii plăților, încasările realizate nu permit rambursarea ratelor restante, debitorul va fi somat să achite creditele restante în cel mult 10 zile, atrăgând atenția că, în caz contrar, banca va declanșa procedura de executare silită.

Partea a II - a
CREDITAREA ACTIVITĂȚII DE INVESTIȚII

Capitolul VII
CONDIȚII GENERALE

38. În vederea realizării activității de investiții, societățile cu capital privat — persoane juridice — în completarea surselor proprii de finanțare, pot contracta, cu unitățile Băncii Comerciale Române, credite bancare.

39. Creditele pentru investiții se acordă printr-un cont separat de împrumut, intitulat "Credite pentru investiții", care în funcție de termenele de rambursare pot fi:

— pe termen scurt — cu o durată de cel mult 12 luni;

— pe termen mediu — cu o durată de rambursare între 1 și 5 ani;

— pe termen lung — cu o durată de rambursare între 5 și 15 ani.

40. Creditele pentru investiții pot fi utilizate pentru:

a) achiziționarea de animale de muncă, producție și reproducție, mașini, utilaje, instalații și alte mijloace fixe;

b) amenajarea, modernizarea, dezvoltarea spațiilor și capacităților de producție existente, precum și executarea de reparații capitale și curente;

c) realizarea unor noi obiective de investiții prin construire sau cumpărare.

Creditele acordate pentru scopurile prevăzute la literele a și b fac obiectul creditării pe termen scurt și mediu, iar cele prevăzute la litera c fac obiectul creditării pe termen scurt, mediu și lung.

41. Condițiile generale ce vor fi avute în vedere la acordarea creditelor pentru investiții sunt:

— cel puțin 15% din valoarea investițiilor prevăzute la pct. 40 lit. c să fie acoperite sau să fie deja realizate din sursele proprii de finanțare:

Scanned with OKEN Scanner

— profitul ce urmează a se realiza și amortizarea ce se va include în costuri să permită rambursarea integrală a creditelor și dobânzilor aferente;

— să prezinte garanții asiguratorii potrivit pct. 7 și 8 din prezentele norme.

Nu pot beneficia de credite pentru investiții societățile aflate în situația prevăzută la pct. 11.

42. La creditele pentru obiective noi de investiții cu caracter direct productiv, banca poate acorda o perioadă de grație, determinată în funcție de durata prevăzută pentru construire și pentru atingerea parametrilor proiectați, dar nu mai mult de 12 luni de la data prevăzută în grafic pentru terminarea execuției.

La creditele acordate pentru alte destinații nu se acordă perioada de grație.

În perioada de grație nu se stabilesc și nu se rambursează rate de credite, dar se calculează și se încasează dobânzi pentru creditele utilizate.

Capitolul VIII
ANALIZA CREDITELOR PENTRU INVESTIȚII

43. În vederea contractării creditelor pentru investiții, solicitanții vor prezenta băncii cererea de credite potrivit modelului din **anexa nr. 1**.

De asemenea, trebuie să se prezinte băncii autorizația de construcție, graficul de eșalonare a lucrărilor și contractul încheiat cu constructorul, în cazul lucrărilor care se execută în antrepriză.

Din studiul de fezabilitate trebuie să rezulte elementele de eficiență ale investiției pe baza cărora banca să se poată pronunța asupra posibilităților de creditare.

44. Studiul cererii de credite. Pe baza documentațiilor depuse, inspectorul va întocmi anexa nr. 4 și va efectua analiza economico-financiară de ansamblu prin prisma indicatorilor de bonitate și a indicatorilor de eficiență cuprinși în studiul de fezabilitate. Dacă analiza economică pune în evidență o situație financiară bună, inspectorul va fi în măsură să treacă la examinarea surselor de finanțare a investiției (**anexa nr. 3**) și a documentației tehnico-economice.

45. Examinarea proiecției surselor de finanțare presupune:

— verificarea existenței surselor proprii de finanțare, în proporțiile cerute de norme, în conturile cu această destinație deschise la bancă;

— analiza modului de determinare a profitului pe întreaga perioadă de rambursare a creditului; dacă la prognozarea acestuia au fost avute în vedere criteriile de natură economică specifice ramurii; s-au respectat procedurile de determinare și corelațiile ce trebuie să existe între principalii indicatori economici și financiari, astfel încât sursele de finanțare să acopere integral rambursarea atât a creditului solicitat, cât și a dobânzilor aferente.

46. Examinarea documentației tehnico-economice.

Pentru a se pronunța asupra necesității, oportunității și eficienței economice a investiției, precum și asupra respectării legislației în vigoare privind amplasarea și realizarea proiectului, inspectorul băncii va proceda la examinarea și evaluarea proiectelor propuse, având în vedere, în principal, următoarele criterii:

a) eficiența proiectului - va fi analizată prin compararea indicatorilor propuși cu indicatorii obținuți la activități similare din cadrul aceluiași sector; se vor efectua calcule detaliate privind rentabilitatea proiectului având în vedere: costurile necesare pentru realizarea lui, evoluția prețurilor interne și externe și orice alte aspecte privind concurența, conjuctura etc., ce pot afecta realizarea proiectului;

b) situația capacităților de producție din zonă, similare cu cele pentru care solicită creditul (lipsa sau abundența acestora);

c) condițiile de asigurare a materiei prime, materialelor și mărfurilor din țară și import și existența pieței de desfacere pentru produsele, serviciile sau mărfurile ce urmează a fi valorificate;

d) dacă documentația tehnico-economică a fost întocmită sau analizată de societăți specializate, autorizate în acest sens și dacă s-a avut în vedere:

- respectarea condițiilor impuse prin autorizația de construcție și a prevederilor legii în domeniul construcțiilor;
- existența actelor juridice privind dreptul de proprietate sau de folosință asupra terenului, eventualele demolări sau dezafectări de fonduri fixe impuse de realizarea acestuia;
- în situația în care terenul pe care urmează a se realiza obiectivul de investiții este situat în intravilan și se află în proprietatea societății, se va urmări constituirea ipotecii asupra acestuia. În cazul în care terenul pe care se realizează obiectivul de investiții este închiriat sau cesionat, se va verifica dacă contractul de

Scanned with OKEN Scanner

închiriere sau concesionare a terenului prevede o durată care să depășească durata de rambursare a creditului.

La analiza documentației tehnico-economice, unitățile băncii vor utiliza datele prezentate și cele existente în evidențele contabile și tehnico-operative, precum și orice alte elemente și date rezultate din investigația generală, având în vedere că precizările de mai sus nu sunt limitative.

47. Concluziile analizelor și verificărilor vor urma procedura prevăzută la punctele 21 și 22 din norme.

Capitolul IX
NEGOCIEREA CREDITELOR PENTRU INVESTIȚII ȘI ÎNCHIRIEREA CONTRACTULUI DE ÎMPRUMUT

48. În condițiile prevăzute la punctul 23 din norme, colectivul de negociere va conveni cu reprezentanții legali ai societății:

a) Volumul creditului. Acesta se determină ca diferență între valoarea totală a investiției și sursele proprii de finanțare (minimum 15 sau 30% după caz). La dimensionarea cerditului se va ține seama de totalul surselor din care urmează a se rambursa atât creditul cât și dobânda aferentă;

b) Durata de acordare a creditului. La stabilirea duratei de acordare a creditului (în ani și luni) se vor avea în vedere:

- durata de execuție a investiției prevăzută în documentație;
- perioada de realizare a surselor de rambursare a creditului.

Totodată, dacă este cazul, se va conveni și perioada de grație.

c) Acordarea creditelor de investiții. Se face direct prin contul separat de împrumut intitulat "Credite pentru investiții" după ce au fost epuizate resursele proprii de finanțare.

Plățile din contul de împrumut se vor efectua, de regulă prin virament, pentru toate categoriile de plăți, pe baza instrumentelor de decontare acceptate la plată de împrumutat.

Eventualele plăți în numerar vor putea fi aprobate de bancă la cererea justificată a împrumutatului (salarii, alte drepturi bănești și cheltuieli mărunte);

d) Sumele și termenele de efectuare a plăților din credit pot fi convenite astfel:

- integral la o dată fixă..... ;
- eșalonat, pe măsura achiziționării și efectuării cheltuielilor creditabile, cu respectarea prevederilor din devizul general al investiției sau din lista de achiziții de utilaje, potrivit graficului din anexa la contract;

e) Termenele de rambursare a creditelor. Se va conveni ca rambursarea creditelor să se facă în rate lunare sau trimestriale, în funcție de constituirea surselor proprii pentru investiții. Scadențele și ratele de rambursare a creditelor se vor înscrie în contractele de credite la punctul 8.

Dobânda se va calcula și percepe lunar.

La expirarea termenului de angajare a creditelor, dacă este cazul se vor reactualiza ratele și termenele de rambursare a creditelor, încheindu-se un act adițional la contractul de împrumut.

f) Nivelul dobânzilor și al comisioanelor va fi convenit potrivit punctului 24 litera f;

g) Garanțiile asiguratorii se stabilesc având în vedere condițiile și criteriile prevăzute la punctele 7 și 8 din prezentele norme;

h) Alte clauze vor fi convenite în funcție de situația concretă a fiecărei societăți.

49. Încheierea contractului de împrumut, aprobarea, acordarea, utilizarea și rambursarea creditelor se vor efectua potrivit procedurilor de la punctele 25 până la 35, cu precizarea că rambursarea se va face, de regulă, din contul de disponibil pentru investiții sau, dacă în acest cont nu s-au constituit resursele, din contul de disponibil pentru activitatea curentă.

Partea a III-a
CONTROLUL ȘI SUPRAVEGHEREA BANCARĂ

Capitolul X
VERIFICAREA GARANȚIEI CREDITELOR.

50. Unitățile băncii vor efectua verificarea faptică a garanției creditelor pe parcursul utilizării acestora, în baza unui program de supraveghere stabilit în funcție de natura garanțiilor (termene de constituire pentru cele procurate sau realizate din credite); modul cum sunt achitate ratele scadente etc.

Verificarea faptică se efectuează, prin constatări la fața locului asupra existenței garanțiilor, a calității, condițiilor de păstrare sau utilizare. Controlul faptic presupune identificarea tuturor garanțiilor când acestea au fost stabilite separat sau verificarea prin sondaj când s-a admis în garanție dreptul de gaj general.

Scanned with OKEN Scanner

Rezultatul verificării faptice se consemnează într-un act bilateral ce va fi semnat și de reprezentanții legali ai societății.

51. Dacă la verificarea faptică se constată un minus de garanție, acesta va fi înregistrat de inspector la credite restante, iar plafonul de credite va fi diminuat în mod corespunzător.

În zilele imediat următoare, încasările vor fi utilizate cu prioritate pentru rambursarea creditelor restante.

În situația în care creditul restant nu va fi rambursat, într-o perioadă de cel mult 60 de zile, se va proceda potrivit prevederilor de la punctul 37.

Capitolul XI
SUPRAVEGHEREA BANCARĂ

52. În vederea asigurării rambursării la termen și integral a creditelor acordate, unitățile băncii vor supraveghea, pe întreaga perioadă de utilizare, până la rambursarea integrală a creditului, dobânzilor și comisioanelor, respectarea de către împrumutat a tuturor clauzelor prevăzute în contract.

53. O obligație de maximă răspundere este legată de urmărirea și verificarea existenței permanente a bonității împrumutatului, pe tot parcursul procedurii de creditare, până la rambursarea integrală a creditului.

O atenție deosebită va fi acordată modului cum se elaborează bugetele de venituri și cheltuieli pentru a determina împrumutații să prevadă pentru perioadele următoare resursele necesare rambursării ratelor pentru credite scadente.

54. Unitățile băncii vor verifica la fața locului existența, integritatea fizică și funcțională, condițiile de păstrare și conservare a garanțiilor asiguratorii pe toată perioada derulării creditului, urmărind să existe o concordanță permanentă între valoarea garanțiilor și cea a creditului angajat.

Pe întreaga perioadă de creditare se va urmări reînnoirea contractelor de asigurare pentru bunurile gajate și ipotecate și cesionarea în favoarea băncii a drepturilor de despăgubire rezultate din aceste contracte.

55. Pe parcursul procesului de creditare, unitățile băncii vor verifica modul în care agenții economici respectă destinația creditului, cum se reflectă în evidența contabilă operațiunile de acordare, utilizare și rambursare a creditelor.

56. În cazul furnizării de către împrumutat a unor date nereale, unitățile băncii vor putea anula sau reduce cuantumul creditelor aprobate, după expirarea unui termen de preaviz de minimum 5 zile, care va fi comunicat în scris împrumutatului.

De asemenea, în cazul în care împrumutatul a încălcat prevederile contractului de împrumut sau dacă situația economică și financiară este compromisă, banca va lua măsura de întrerupere imediată a creditării.

Orice reglementare contrară prezentelor norme privind creditarea societăților cu capital privat se abrogă.

ANEXA NR. 1

SOCIETATEA. . . . . .
. . . . . .

BANCA COMERCIALĂ ROMÂNĂ - S.A.
Sucursala. . . . . .
Fliala. . . . . .

Societatea. . . . . cu sediul în . . . . . înmatriculată la registrul comerțului sub nr. . . . . din. . . . . având un capital vărsat de . . . . . vă rugăm să ne acordați un credit pe termen . . . . . în sumă de. . . . . .mii lei pentru . . . . . .
. . . . . .

Garanțiile asiguratorii ce urmează a fi constituite în favoarea băncii sunt:

Tip de garanție	Date de identificare	Valoare(mii lei)
. . . . .	. . . . .	. . . . .
. . . . .	. . . . .	. . . . .

Scanned with OKEN Scanner

ANEXA NR. 2

SITUAȚIA EVOLUTIVĂ A PATRIMONIULUI ȘI A PRINCIPALILOR INDICATORI DE REZULTATE FINANCIARE

— mii lei —

INDICATORI	SOLD EXISTENT LA *)		
	1	2	3
TOTAL ACTIV			
IMOBILIZĂRI — total, din care:			
Mijloace fixe la valoarea rămasă			
Investiții în curs de execuție			
Alte imobilizări			
STOCURI — total, din care:			
Materiale			
Produse finite			
Producție neterminată și semifabricate			
Cheltuieli anticipate			
Produse, lucrări și servicii facturate			
Mărfuri			
Alte stocuri			
DISPONIBILITĂȚI BĂNEȘTI			
PLASAMENTE ȘI PIERDERI			
TOTAL PASIV			
CAPITAL SOCIAL SUBSCRIS, din care:			
— vărsat			
FONDURI PROPRII			
OBLIGAȚII — total, din care:			
Furnizori			
Creditori			
Alte obligații			
CREDITE BANCARE ȘI ÎMPRUMUTURI			
— pe termen scurt			
— pe termen mediu lung			
PROFIT			
TOTAL VENITURI			
TOTAL CHELTUIELI			
Impozitul pe circulația mărfurilor			
Cheltuieli suportate direct din venituri			
Impozitul pe profit			
PROFITUL NET			

*) Coloanele se vor completa cu datele existente la finele ultimelor 3 trimestre, iar pe viitor, când va fi cazul, se vor avea în vedere datele din bilanțurile contabile pe ultimii 3 ani.

Scanned with OKEN Scanner

ANEXA NR.3

SOCIETATEA . . . . . .

PROIECȚIA

Sursele de finanțare a investițiilor pe perioada . . . . . .

— în mii lei —

	Existent la data[1]	Total în perioada	din care în anul				
	. . . . .	. . . . .	19. .	19. .	19. .	19. .	19. .
	. . . . .	. . . . .					
A. SURSE TOTALE (I+II)							
I.SURSE PROPRII							
1.profit net destinat investițiilor							
2.amortizare							
3.alte surse[2]							
II.SURSE ATRASE							
1.credite angajate anterior pentru investiții							
2.alți creditori pe termen lung							
3.necesar de credite pentru investiții noi.							
B.DESTINAȚIA SURSELOR							
1.realizarea investițiilor							
2.rambursări de credite și dobânzi pentru investiții							
3.achitarea creditelor pe termen lung							

ANEXA NR.4

CALCULUL INDICATORILOR DE BONITATE
ȘI ANALIZA LOR

Pe baza datelor din situația evolutivă a patrimoniului și a principalilor indicatori de rezultate financiare (anexa nr.2), presupunând un exemplu ipotetic se determină indicatorii de bonitate, de exemplu:

— în mii lei —

Elemente de patrimoniu	Sold existent la: 31.XII.1990	30.VI.1991	31.XII.1991
	ACTIVE		
Imobilizări — total, din care:	200	200	200
Mijloace fixe la valoarea rămasă	72	129	200
Investiții în curs de execuție	128	71	—
Stocuri — total, din care:	210	250	390
Materiale	5	7	10

[1] la care se solicită creditul

[2] partea din capital destinată investițiilor

Scanned with OKEN Scanner

Mărfuri	205	243	380
Disponibilităţi băneşti şi plasamente	55	30	25
TOTAL ELEMENTE ACTIVE	465	480	615
	PASIVE		
Capital social vărsat	150	150	150
Fonduri proprii	98	133	198
Obligaţii —8 total, din care:	44	85	137
Furnizori	24	48	83
Creditori	20	37	23
Alte obligaţii	—	—	31
Credite bancare şi împrumuturi total, din care:	150	90	30
pe termen scurt	100	40	—
pe termen mediu şi lung din care:	50	50	30
rate de rambursat în anul curent	20	20	20
Profit	23	45	100
TOTAL ELEMENTE PASIVE	465	480	615

I.Lichiditatea patrimonială este un indicator care reprezintă capacitatea pe care o are agentul economic de a-şi îndeplini la termen, cu sursele băneşti de care dispune, obligaţiile de plată pe termen scurt.

Lichiditatea generală se calculează după următoarea formulă:

$$Lg = \frac{\text{Numerar în casă + Disponibilităţi la bancă + Alte disponibilităţi + Materiale + Prod.finite + Mărf. + Prod.lucr. şi serv.fact. + Alte stoc. + Clienţi}}{\text{Cred. pe tr. scurt ang + Rate de ramb. în anul crt. ale cred. pe termen mediu şi lung + Creditori + Alte obligaţii pe termen scurt.}}$$

Aplicând această formulă la elementele de patrimoniu de mai sus, obţinem următoarele rezultate:

— la 31.XII.1990 $Lg = \frac{210+55}{44+100+20} \times 100 = 161{,}6\ \%$

— la 30.VI.1991 $Lg = \frac{250+30}{85+40+20} \times 100 = 190{,}0\%$

— la 31.XII.1991 $Lg = \frac{390+25}{157+20} \times 100 = 264{,}3\%$

În acest caz, rezultă o lichiditate bună în evoluţie, ceea ce constituie pentru bancă un grad de siguranţă în acordarea de noi credite.

Atunci când raportul rezultat este subunitar, se consideră că situaţia este riscantă, întrucât societatea respectivă a imobilizat o parte din fondurile provenind din împrumuturi pe termen scurt. Un raport peste 1 semnifică existenţa unui supliment de resurse permanent, adică un fond de rulment ce îi permite să facă faţă incidentelor care apar în mişcarea capitalului circulant sau unor deteriorări în valoarea acestuia.

În ceea ce priveşte analiza lichidităţii în evoluţie, nu este suficient ca raportul să fie peste 1, este necesar ca sensul acesteia să fie crescător. O evoluţie descendentă a lichidităţii ilustrează o activitate în declin, creditorii trebuind să fie circumspecţi în acordarea de noi împrumuturi.

II.Solvabilitatea patrimonială se calculează cu ajutorul următoarei formule:

Scanned with OKEN Scanner

$$Sp = \frac{\text{capital social vărsat}}{\text{credite bancare pe termen mediu și lung + capital social vărsat}} \times 100$$

Aplicând această formulă la elementele prezente, obținem următorii coeficienți:

— la 31.XII.1990 $Sp = \frac{150}{50+150} \cdot 100 = 75,0\%$

— la 30.VI.1991 $Sp = \frac{150}{50+150} \cdot 100 = 75,0\%$

— la 31 XII 1991 $Sp = \frac{150}{30+150} \cdot 100 = 83,3\%$

ceea ce denotă o solvabilitate bună în evoluție.

Indicatorul solvabilității patrimoniale se poate aprecia ca pozitiv în situația în care coeficientul rezultat se apropie de 100%, limita minimă fiind de 30%.

Ca și în cazul lichidității, solvabilitatea în evoluție va trebui să fie crescătoare, un sens descendent al acesteia fiind un semnal de prudență deosebită.

III.Rentabilitatea agentului economic se exprimă prin rata profitului net, care pune în evidență randamentul pe care l-a avut în perioada analizată, modul de organizare a procesului de producție sau eficiența economică a comercializării mărfurilor. Profitul reprezintă gradul de fructificare a întregului capital.

Rata profitului net se calculează cu ajutorul următoarei formule:

$$R.p.n. = \frac{\text{Profitul net}}{\text{Capitalul social}} \times 100$$

Înlocuind în formulă elementele patrimoniale prezentate, vom obține următoarele rezultate:

— la 31.XII.1990 $Rpn = \frac{23}{150} \cdot 100 = 15,3\%$

— la 30.VI.1991 $Rpn = \frac{45}{150} \cdot 100 = 30,0\%$

— la 31.XII.1991 $Rpn = \frac{100}{150} \cdot 100 = 66,7\%$

Aceste rezultate pun în evidență o prosperitate ridicată, ceea ce mărește gradul de credibilitate în ce privește capacitatea societății de a realiza profit.

Pentru obținerea unei imagini reale asupra bonității societății, se atrage atenția asupra necesității verificării exactității și legalității datelor din bilanțul contabil.

ANEXA NR. 5

MODEL

CONTRACT DE ÎMPRUMUT

Nr. . . din. . .

Între Banca Comercială Română — S.A., înmatriculată la registrul comerțului sub nr. . din. . . Sucursala. . .Filiala (Agenția). . . . . .cu sediul în. . . .Strada. . . .nr. . Județul. . denumită în prezentul contract "banca", reprezentată prin. . . . . în calitate de director și prin. . . . . în calitate de contabil-șef, pe de o parte, și. . . . . înmatriculată în registrul comerțului sub nr. . . . din. . . . cu sediul în localitatea. . . . .strada. . . . . nr. . . . Județul. . . .denumită "împrumutat", reprezentată prin. . . . . în calitate de. . . . și prin. . . . . în calitate de. . . . . a intervenit următorul contract de împrumut:

1.**Banca** acordă împrumutatului un credit pentru[1]. . . . . în sumă de lei. . . . . .pe un termen de. . . . .ani. . .luni cu o perioadă de grație de. . . . luni.

---

[1] după caz PRODUCȚIE sau INVESTIȚII.

Scanned with OKEN Scanner

2.Creditul va fi utilizat numai pentru
. . . . . .
. . . . . .

3.Creditul se acordă prin:
— contul separat de împrumut intitulat . . . . . Nr. . . . . .

4.Modalitatea de efectuare a plăților din credite este viramentul ca regulă generală, pentru toate plățile; eventualele plăți în numerar vor fi aprobate de bancă ulterior pe măsura apariției necesităților.

5.Termenele de efectuare a plăților din credite aprobate sunt:[1]

Nr. crt.	Suma (mii lei)	Data (perioada)	Nr. crt.	Suma (mii lei)	Data (perioada)	Nr. crt.	Suma (mii lei)	Data (perioada)
. . . . .	. . . . .	. . . . .	. . . . .	. . . . .	. . . . .	. . . . .	. . . . .	. . . . .
. . . . .	. . . . .	. . . . .	. . . . .	. . . . .	. . . . .	. . . . .	. . . . .	. . . . .
. . . . .	. . . . .	. . . . .	. . . . .	. . . . .	. . . . .	. . . . .	. . . . .	. . . . .

6.Împrumutatul acceptă nivelul actual al dobânzii de . .% pe an, precum și eventualele modificări până la nivelul de ...% pe an. În situația în care, pe parcursul creditării, nivelul dobânzii curente va depăși limita acceptată inițial, banca se obligă să aducă la cunoștință împrumutatului noul nivel al dobânzii. În cazul în care, ca urmare a comunicării băncii, împrumutatul nu va rambursa restul din creditul angajat și dobânzile aferente în termen de cel mult 10 zile de la data luării la cunoștință, banca are dreptul de a considera ca acceptat noul nivel al dobânzii și următoarele, până la rambursarea integrală a creditului fără îndeplinirea altor formalități.

7.Dobânda curentă se calculează și plătește lunar, înaintea oricăror plăți, începând cu luna următoare angajării integrale a creditului (inclusiv în perioada de grație când nu se rambursează ratele de credit).

Dobânda se încasează de bancă direct din contul de disponibilități (pentru producție sau investiții) pe bază de notă contabilă, eliberând împrumutatului un extras de cont.

8.Termenele și ratele de rambursare a creditelor:

— în mii lei —

Nr. crt.	Data scadenței	Rată credit	Nr. crt.	Data scadenței	Rată credit	Nr. crt.	Data scadenței	Rată credit
1.			. . . . .			. . . . .		
2.			. . . . .			. . . . .		
3.			. . . . .			. . . . .		

9.Nerambursarea la scadență a ratelor de credit și a dobânzilor curente atrage după sine plata de către împrumutat a unei dobânzi penalizatoare, stabilite de bancă și, totodată, dă dreptul băncii de a trece la supravegherea plăților.

10.În perioada de supraveghere a plăților, banca are dreptul de a utiliza, cu prioritate față de celelalte plăți, încasările zilnice ale împrumutatului, pentru rambursarea ratelor scadente.

Dacă în termen de 60 de zile de la data instituirii supravegherii plăților, ratele restante și dobânzile aferente nu vor fi rambursate, banca va proceda la executarea silită în vederea recuperării creditului nerambursat și a dobânzilor aferente.

11.Împrumutatul se obligă să garanteze creditul în sumă de lei . . . cu următoarele garanții constituite în favoarea, băncii, astfel:[2] . . . . . .
. . . . . .
. . . . . .

---

[1] vor fi precizate data (perioada) și suma în funcție de modalitățile negociate de efectuare a plăților.

[2] vor fi nominalizate garanțiile convenite, precizând clauzele de constituire specifice tipurilor de garanții (data constituirii, elemente de identificare, valoarea admisă în garanție, alte clauze de valabilitate, etc.).

Scanned with OKEN Scanner

Total garanții. . . . . lei.

12.Bunurile admise în garanție sunt asigurate astfel:[1]
. . . . . .
. . . . . .
. . . . . .
. . . . . .

Drepturile de despăgubire ce vor rezulta din contractele de asigurare încheiate pentru bunurile aduse în garanție sunt cesionate în favoarea băncii. Contractele de asigurare vor fi reînnoite, astfel încât creditul rămas de rambursat să fie permanent acoperit de garanții asiguratorii. Originalul contractelor de asigurare se păstrează la bancă.

13.Banca are dreptul să verifice respectarea condițiilor în care s-a acordat creditul, existența permanentă și integritatea garanțiilor asiguratorii pe toată perioada creditării.

14.Înstrăinarea, degradarea, păstrarea sau utilizarea bunurilor admise în garanție în condiții necorespunzătoare, precum și minusurile de garanție constatate, dau dreptul băncii de a rambursa creditul negarantat, înainte de scadențele stabilite.

15.Împrumutatul se obligă:

a) să utilizeze creditul aprobat numai în scopul pentru care a fost aprobat;

b) să restituie băncii creditul utilizat, dobânda și comisioanele bancare la termenele prevăzute în prezentul contract;

c) să respecte prevederile normelor tehnice de lucru ale băncii și să reflecte corect și la zi în evidențele sale contabile toate operațiunile privind acordarea, utilizarea și rambursarea creditului;

d) să pună la dispoziția băncii toate documentele solicitate (buget de venituri și cheltuieli, bilanțul contabil și contul de profit și pierderi, precum și alte documente privind garanțiile, bunurile cumpărate sau realizate din credit și cele care privesc activitatea desfășurată);

e) să menționeze pe documentele de plată poziția din documentație unde se regăsește cheltuiala, precum și sursa din care se efectuează plata (surse proprii, credit) în cazul creditelor pentru investiții.

16.Banca va anula sau reduce cuantumul creditului aprobat, în cazuri justificate, determinate de furnizarea de către împrumutat a unor date nereale, după expirarea unui termen de preaviz de 5 zile, dat în scris.

Banca va întrerupe imediat, fără preaviz, utilizarea creditului aprobat, în cazul în care împrumutatul nu a respectat prevederile prezentului contract sau în cazul în care situația economică și financiară a acestuia este compromisă.

17.Banca nu preia riscul politic sau calamitățile naturale și nu răspunde de autenticitatea documentelor prezentate de împrumutat.

18.Relațiile reciproce dintre părțile contractante nereglementate prin prezentul contract sunt supuse regulilor generale de creditare, precum și celorlaltor norme de lucru ale băncii în vigoare în prezent.

19.Alte clauze:

— Litigiile de orice fel dintre părțile contractante vor fi soluționate de instanțele judecătorești de drept comun.

20.Prezentul contract are valoare de înscris autentic și constituie titlu executoriu.

21.Acest contract a fost încheiat în număr de . . . exemplare din care . . . exemplare rămân la bancă și . . . exemplare la împrumutat.

Anexele nr. . . . fac parte integrantă din contract.

BANCA
Director. . . . . .
Contabil șef,. . . . . .

ÎMPRUMUTAT
(persoanele care angajează societatea)
. . . . . .
. . . . . .

AVIZAT
Consilier Juridic . . . . . .

---

[1] Se completează înainte de acordarea efectivă a creditului.

Scanned with OKEN Scanner

ANEXA NR.6

MODEL

BANCA COMERCIALĂ ROMÂNĂ — S.A.
Sucursala . . . . . .
Filiala (Agenția). . . . . .

PLAFON DE CREDITE
nr. . . . . din . . . . . .

1.Pentru[1] . . . . . .
potrivit contractului de împrumut nr. . . . . din . . . . s-a aprobat un credit[2] . . . . . pe o perioadă de . . . ani și . . . luni, în sumă de lei . . . . . cu următoarea destinație:
. . . . . .
. . . . . .
. . . . . .

2.Creditul se pune la dispoziție prin contul simplu de împrumut simbol . . . . . începând cu data de . . . . . până la data de . . . . . astfel:

Data

Plafon (mii lei)

Data

Plafon (mii lei)

3.Creditul se rambursează potrivit următoarelor scadențe:[3]

Data

Rată credit (mii lei)

Data

Rată credit (mii lei)

Data

Rată credit (mii lei)

ȘEF SERVICIU, INSPECTOR,

---

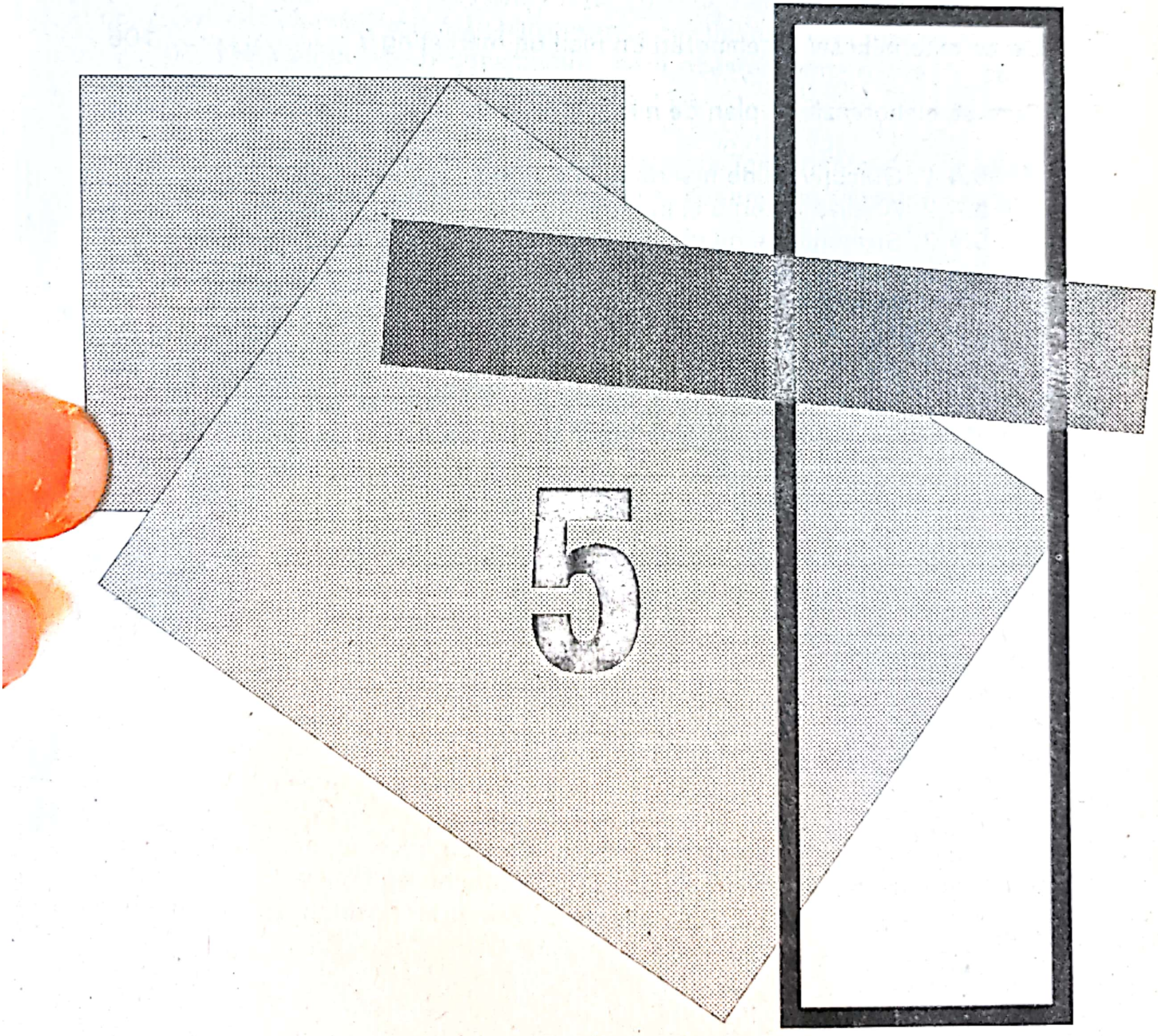
[1]denumirea societății.

[2]de producție sau investiții.

[3]se completează după angajarea integrală a creditului.

Scanned with OKEN Scanner

ELEMENTE DE BAZĂ ÎN MARKETING



Scanned with OKEN Scanner

5.1. Ce este marketingul ? 105

5.2. Ce este planul de marketing ? 106

5.3. De ce este necesar să elaborați un plan de marketing ? 106

5.4. Cum se elaborează un plan de marketing ? 106

5.4.1. Obiectivele de marketing ale firmei 107
5.4.2. Analiza externă și internă 108
5.4.3. Strategia de marketing a firmei 112
5.4.4. Activitățile de marketing 112
5.4.5. Estimarea costurilor și elaborarea bugetului 117
5.4.6. Programarea 117
5.4.7. Controlul 118

5.5. Plan de marketing sau plan de afaceri ? 118

5.6. Exemplu practic de elaborare a unui plan de marketing 119

Scanned with OKEN Scanner

În acest capitol vom explica:

- Înțelesul și importanța marketingului.
- Ce este și cum se elaborează un plan de marketing.
- Metode și tehnici de marketing simple și accesibile.
- Exemplu practic de elaborare a unui plan de marketing pentru o firmă particulară mică.

5.1. CE ESTE MARKETINGUL?

Marketingul este o metodă de analiză și planificare a tuturor activităților unei firme, în scopul optimizării profitului (în sensul maximizării acestuia).

Marketingul nu înseamnă a vinde!

Funcționarea unei întreprinderi presupune coordonarea mai multor componente: vânzări, aprovizionare, producție, finanțe, investiții etc.

Marketingul ia în considerare toate aceste componente, în contextul evoluției prezente și viitoare a pieței.

Resursele întreprinderii sunt organizate și folosite astfel încât să asigure maximizarea profitului obținut de investitor în condițiile acestor tendințe ale pieței.

În acest scop, marketingul presupune o analiză aprofundată a:

- resurselor și obiectivelor firmei;
- pieței (clienții și nevoile lor);
- concurenței;
- strategiilor de marketing;
- rezultatelor obținute comparate cu cele planificate (numărul sau valoarea produselor, vânzări, profituri, penetrarea nișelor de piață etc.)

Cererea pieței este factorul decisiv în activitatea firmei. Nu puteți face o afacere cu un produs dacă nu există cerere pentru el.

Cererea se schimbă în timp funcție de:

- concurență
- apariția unor produse noi
- tehnologii noi
- dezvoltarea infrastructurii (ex. sisteme îmbunătățite de distribuție, comunicații, transport etc.)

Marketingul este deci un proces dinamic, care implică un mod de gândire flexibil și acțiuni adaptate permanent la condițiile existente pe piață, condiții care generează atât ocazii favorabile cât și obstacole.

Scanned with OKEN Scanner

5.2. CE ESTE PLANUL DE MARKETING?

Planul de marketing este un document care trebuie să răspundă la patru întrebări esențiale, folosind informațiile obținute din analiza de marketing:

- **Ce** va vinde firma?
- **Cui** va vinde firma?
- **Cât** va vinde firma?
- **La ce preț** va vinde firma?

Planul de marketing trebuie deci să se bazeze pe o analiză practică, realistă și nu pe dorințe subiective.

5.3. DE CE ESTE NECESAR SĂ ELABORĂM UN PLAN DE MARKETING?

Din punct de vedere practic, elaborarea unui plan de marketing vă permite:

- să optimizați profitul;
- să aveți o imagine de ansamblu a activităților firmei dvs.;
- să atrageți mai mulți clienți;
- să descoperiți noi ocazii favorabile pentru dezvoltarea afacerii;
- să cheltuiți mai eficient timpul și banii;
- să știți ce elemente noi pot apare în viitor în afacere;
- să fiți informat.

5.4. CUM ELABORĂM UN PLAN DE MARKETING?

Teoretic, procesul de planificare de marketing poate fi împărțit în câteva etape distincte:

1. Procesul trebuie să înceapă prin înțelegerea clară a **obiectivelor de marketing ale firmei.**

• Cu alte cuvinte, trebuie să decideți *ce doriți să realizeze afacerea dvs. în viitor.* (Vezi 5.4.1.)

2. A doua etapă este o **analiză internă și externă** detaliată. (Vezi 5.4.2.)

Analiza externă:

Ce ocazii favorabile și ce obstacole din afara firmei vă vor ajuta/împiedica să realizați obiectivele stabilite?

Aici trebuie să includem analiza condițiilor macro-economice existente, analiza clienților, segmentarea pieței și analiza concurenței.

Scanned with OKEN Scanner

Analiza internă:

- *Care sunt punctele tari și punctele slabe ale firmei dvs.?*

Evaluați cu atenție resursele materiale, financiare și umane ale firmei și stabiliți cum veți folosi atuurile și cum veți depăși deficiențele în scopul atingerii obiectivelor firmei.

3. A treia etapă constă în stabilirea **strategiei de marketing a firmei.**

Această etapă este, probabil, cea mai importantă. Se bazează pe informațiile culese în primele două etape și se materializează într-un set de decizii privind:

- *Care este piața dvs. țintă* și
- *Prin ce mijloace veți realiza obiectivele de marketing ale firmei.* (Vezi 5.4.3.)

4. După ce v-ați definit strategia de marketing, trebuie să stabiliți cum o veți pune în practică. În consecință, urmatoarea etapă constă în definirea **activităților de marketing.**

- *Care va fi rolul fiecărui element din "marketing mix" (Produs, Preț, Promovare, Plasare/Distribuție) în cadrul planului de ansamblu?* (Vezi 5.4.4.)

5. **Estimarea costurilor** activităților de marketing și **compararea lor cu bugetul** firmei dvs.

- *Câți bani trebuie să cheltuiască firma dvs. pentru activități de marketing?* (Vezi 5.4.5.)

6. Un instrument deosebit de util în aplicarea unei strategii definite este **programarea.**

- *Cum veți eșalona în timp activitățile necesare, pentru a asigura desfășurarea lor în ordinea dorită și la momentul oportun?* (Vezi 5.4.6.)

7. **Controlul** operațiunilor de marketing.

- *Ați realizat în practică ceea ce v-ați planificat?* (Vezi 5.4.7.)

Să reluăm fiecare dintre aceste etape și să analizăm cum trebuie abordate.

5.4.1. Obiectivele de marketing ale firmei

În primul rând este necesar să aveți foarte clar în minte ce doriți să realizați.

Veți reuși cel mai bine punându-vă obiectivele pe hârtie, pentru că astfel vi le veți formula cu mai multă claritate.

Scanned with OKEN Scanner

Încercați să precizați:

- scopul personal pe care îl urmăriți prin afacerea dvs.;
- tipul de produse/servicii pe care le oferă firma;
- zona geografică în care va acționa firma;
- tipul de clienți cărora li se adresează firma;
- cât de repede doriți să se dezvolte firma;
- obiectivele financiare ale firmei (profit, cotă de piață etc.)

Definindu-vă obiectivele vă veți putea planifica mai bine activitatea dvs. de marketing. O intrare nepregătită pe piață sau o diversificare necoordonată a produselor noi pot conduce la pierderi mari pentru firmă.

În cazul în care introduceți pe piață un produs nou, vizați o dezvoltare pe termen lung sau satisfacerea unei cereri imediate, dar pe termen scurt?

Urmăriți realizarea unui volum mare de vânzări, care înseamnă adesea o marjă de profit redusă, sau produsele dvs. fac parte dintr-o gamă mai sofisticată? În acest ultim caz, volumul vânzărilor dvs. va fi mai mic, dar marja de profit mai ridicată.

5.4.2. Analiza externă și internă

5.4.2.1. Prima etapă a analizei externe constă în culegerea de informații privind tendințele pieței și efectele acestora asupra activității firmei.

Tendințele pieței sunt ele însele afectate de **mediul de marketing,** care reprezintă totalitatea gamei de factori ce pot sau ar putea influența eficiența activităților dvs. de afaceri, ca de exemplu:

- legislație
- economie
- concurență
- valori (sociale, culturale, morale)
- structura populației
- tehnologie.

Preferințele clienților și, deci, cererea se modifică în funcție de aceste elemente și fluctuațiile lor pot genera noi ocazii favorabile sau pot crea probleme pentru afacerea dvs. Cunoscându-le, veți fi capabili să reacționați rapid, folosind ocaziile favorabile pentru dezvoltarea afacerii sau evitând riscurile.

Pentru a vă organiza mai bine informațiile pe care le dețineți deja, cât și pentru a culege noi date privind mediul de marketing, este necesar să răspundeți la o serie de întrebări, ca:

- Ce legi și alte reglementări legale afectează afacerea dvs.?
- Există sau se prefigurează pentru viitor politici care să încurajeze dezvoltarea sectorului particular/a domeniului dvs. de activitate?
- Economia națională se află într-o perioadă de expansiune sau de recesiune?

Scanned with OKEN Scanner

- Care este rata inflației și cum afectează ea afacerea dvs.?
- Care este nivelul dobânzilor pentru împrumuturile bancare, comparativ cu cel al inflației?
- Ce tehnologii noi sunt disponibile pentru realizarea tipului dvs. de produs/ serviciu?

5.4.2.2. Analiza clienților

Pentru a vă cunoaște clientela, este necesar să răspundeți la întrebări de genul:

- Cine sunt clienții dvs. actuali și potențiali?
- Câți bani sunt ei dispuși să cheltuiască pentru produse/servicii ca ale dvs.?
- Cu ce frecvență cumpără ei astfel de produse/servicii?
- Care sunt nevoile lor?
- Care sunt reacțiile lor?

Pentru a putea răspunde unor astfel de întrebări, întreprinzătorul trebuie să fie permanent în contact cu piața.

Cerințele acesteia se pot identifica printr-o analiză care nu trebuie să necesite prea mulți bani și timp:

1. Analizați-vă comenzile periodic (lunar, trimestrial), pentru a observa care sunt tendințele cantitative și valorice ale cererii. Cum sunt aceste tendințe comparativ cu evoluția generală a pieței? Dacă piața se extinde dar nu și afacerea dvs., care este cauza?

2. Din contactele realizate cu clienții fie direct de dvs., fie prin intermediul personalului vânzător (dacă dispuneți de el), asigurați-vă că produsele dvs. satisfac nevoile/solicitările clienților (privind calitatea, caracteristicile, prețul, termenul de livrare, serviciile post-vânzare etc.)

Dacă sunteți detailist, întrebați-vă clienții:

- dacă sunt serviți politicos;
- ce cumpără;
- de unde cumpără de obicei.

3. Asigurați-vă că personalul care vinde produsele dvs. le cunoaște caracteristicile și avantajele și știe cum să le prezinte clienților.

4. Prezentați clienților spre completare un scurt chestionar, solicitându-le opiniile și sugestiile.

5. Consultați publicațiile din informațiile cărora puteți afla și înțelege tendințele pieței, situația concurenței, mijloacele promoționale.

6. Din informațiile culese pe aceste căi, analizați dacă vă adresați acelor nevoi și cerințe a căror satisfacere vă poate maximiza profitul.

Scanned with OKEN Scanner

5.4.2.3. Segmentarea pieței

A treia etapă a analizei externe constă în culegerea de informații și cuantificarea lor în vederea segmentării pieței.

Un produs sau un serviciu este apreciat diferit de diverse grupuri de clienți, în funcție de propriile lor nevoi.

Trebuie să identificați aceste grupuri și să le înțelegeți nevoile specifice. Divizarea pieței în astfel de grupuri constituie procesul de **segmentare a pieței**, iar grupurile individuale se numesc **segmente de piață.**

Fiecare segment de piață este distinct față de celelalte prin anumite caracteristici denumite **criterii de segmentare**, ca:

a) pentru piețele bunurilor de consum:
- vârstă/stare civilă/sex/dimensiunile familiei;
- amplasarea geografică;
- clasa socială/economică;
- aspirațiile sociale și psihologice;
- percepția valorii obținute în schimbul unei sume de bani;
- ritmul de consum (ex: ridicat/scăzut, regulat/ocazional)

b) pentru piețele produselor industriale:
- tipul de industrie deservită și cerințele privind specificația produselor;
- cantitatea/frecvența achizițiilor;
- cerințele privind frecvența/promptitudinea livrărilor;
- modul de achiziționare a produselor prin licitații/intermediari, etc.;
- nivelul serviciilor post-vânzare solicitat.

Nici un criteriu de segmentare a pieței nu poate fi considerat optim pentru toate produsele, toate scopurile și în orice moment. Unele criterii sunt mai relevante decât altele, în funcție de diferiți factori.

Aveți, deci, posibilitatea de a alege dintr-o gamă largă de criterii alternative pe acelea care corespund cel mai bine scopurilor dvs.

5.4.2.4. Analiza concurenței

Cea mai bună modalitate de a învinge concurenții este să știm:
- cine sunt;
- ce oferă din punct de vedere al produsului, prețului, promovării, distribuției:
- care sunt strategiile lor (ex: creșterea prețului, creșterea calității);
- care sunt punctele lor slabe și tari;
- cum reacționează aceștia la schimbările impuse de noi.

NOTĂ: Concurenții unei firme sunt cei care încearcă să satisfacă aceeași piață. Aceasta nu înseamnă neapărat că ei produc sau vând același produs.

Scanned with OKEN Scanner

Exemplu: Piața creioanelor și a stilourilor a fost afectată puternic de concurența pixurilor cu pastă.

Pentru a avea o imagine cât mai exactă a concurenților, este bine să întocmiți un "profil al concurenților".

Exemplu:

Profilul concurenților	A	B	C	...
- Descrierea (produsului, vânzărilor, noilor investiții)				
- Strategii (produse, personal, preț, distribuție, reclamă)				
- Obiective (financiare, marketing)				
- Puncte tari/slabe				
- Reacții				

Cota de piață reprezintă procentul din volumul pieței acoperit prin vânzările firmei dvs.

Pentru a putea evalua această cotă, este necesar să răspundeți la câteva întrebări:

- Capacitatea de producție este folosită integral?
- Poate fi aceasta extinsă?
- Vânzările au crescut sau au scăzut? De ce?
- Care a fost poziția concurenților?
- Cât ați vândut față de concurență?

5.4.2.5. Analiza internă

Pentru a identifica și evalua cu obiectivitate atuurile și slăbiciunile firmei dvs, care este impactul lor asupra realizării obiectivelor dvs. de marketing (ocaziile favorabile și obstacolele care rezultă din punctele forte și punctele slabe ale firmei), va fi necesar să revizuiți toate resursele materiale, umane și financiare de care dispuneți:

- fondurile fixe;
- sursele de aprovizionare;
- tehnologiile folosite;
- capacitatea de producție;
- conducerea;
- personalul;
- resursele financiare, etc.

(Vezi exemplul practic.)

Scanned with OKEN Scanner

5.4.3. Strategia de marketing a firmei

Analiza structurii și caracteristicilor cererii manifestate pe piață și raportarea ei la punctele tari și slabe ale firmei dvs. vă vor permite să alegeți corect segmentul de piață căruia se adresează produsul/serviciul dvs. (piața dvs. țintă).

Apoi, va trebui să decideți cum și prin ce mijloace veți atrage clientela cu oferta dvs. mai mult decât concurenții.

O firmă mijlocie sau mică poate avea succes adoptând strategia de "nișă".

În aproape fiecare domeniu de activitate există firme mici, specializate în anumite segmente de piață (o "nișă" este acea parte a pieței care corespunde perfect produsului/serviciului dvs).

O nișă are următoarele caracteristici:

- mărimea și puterea de cumpărare necesare pentru a asigura un profit (relativ) sigur și suficient de mare;
- nu prezintă interes pentru concurenții mari.

Exploatarea profitabilă a unei "nișe" presupune că firma trebuie să aibă calificarea și resursele necesare pentru a-i satisface cererea.

Cheia strategiei de nișă este **specializarea.**

Această specializare poate fi:

- pe produs (ex. realizarea unui produs care să aibă desfacerea asigurată);
- pe tipuri de clienți și utilizatori finali (ex. produsul este executat pe bază de comenzi, pentru anumiți clienți);
- pe tipuri de canale de distribuție (canale neutilizate de concurență);
- geografică (ex. desfacerea se face în zone în care produsul lipsește).

5.4.4. ACTIVITĂȚILE DE MARKETING

Următorul pas pe care trebuie să-l faceți este să vă elaborați un **"marketing mix"** și să decideți rolul și ponderea fiecăruia dintre elementele sale în realizarea strategiei de marketing a firmei.

Marketing mix-ul - denumit și "cei 4 P" - constă în următoarele 4 elemente:

- Produs
- Preț
- Promovarea
- Plasare (distribuție)

Scanned with OKEN Scanner

5.4.4.1. Produsul

Clienţii sunt atraşi de un produs prin beneficiile pe care le oferă acesta şi care sunt determinate de: caracteristicile tehnice, funcţionale şi estetice ale produsului, preţ, calitate, servicii în perioada de garanţie şi post-garanţie.

Îndreptându-vă atenţia către aceste elemente şi reuşind să le îmbunătăţiţi, veţi putea face ca produsul dvs. să fie dorit şi solicitat.

Preferinţele clienţilor se schimbă de-a lungul timpului în funcţie de: idei noi, informaţii, puterea de cumpărare, concurenţă.

Datorită acestui fapt, produsele au un "ciclu de viaţă", ale cărui stadii sunt:

a) stadiul de introducere
b) stadiul de creştere
c) stadiul de maturitate
d) stadiul de declin

Dacă sintetizăm aceste stadii, putem observa modul în care evoluează "viaţa" produsului:

	Introducere	**Creştere**	**Maturitate**	**Declin**
Creşterea vânzărilor	înceată	rapidă	înceată	declin
Profitul	negativ	creştere	declin	minim
Fluxul de numerar	negativ	bun	înalt	descrescător
Clienţii	interesaţi	apelează pe scară largă	apelează pe scară largă	pierd interesul
Concurenţa	redusă	creşte	constantă	scade

Fiecare stadiu este determinat de cerere şi de capacitatea firmei dvs. de a fi şi de a rămâne în continuare competitivă. Aceasta depinde de eficienţa cu care realizaţi producţia, stabiliţi preţul, realizaţi distribuţia şi promovarea produselor de care dispuneţi.

5.4.4.2. Preţul

Modul în care stabiliţi preţul depinde de:

1) **factori interni**
   - cât costă obţinerea produsului
   - cât profit doriţi să câştigaţi (ce marjă de profit)

Scanned with OKEN Scanner

2) **factori externi**

- cererea pentru produsul respectiv
- concurența
- prețul pe care clienții sunt dispuși să-l plătească.

Luând în considerare acești factori, trebuie calculat un preț care va asigura atât acoperirea costurilor, realizarea unui profit acceptabil, cât și competitivitatea produsului. Dacă acești factori nu pot fi îmbinați astfel încât să răspundă acestor scopuri, este necesară revizuirea lor (de exemplu: "Este locul meu în această afacere?").

Conceptul de profitabilitate

Maximizarea veniturilor prin reducerea sau rămânerea constantă a cheltuielilor este unul dintre obiectivele pe care trebuie să le aveți mereu în vedere.

- Nu încercați însă să acoperiți întreaga piață.
- Observați cu atenție care produse aduc numerar, asigură cea mai mare marjă de profit și cea mai bună valorificare a fondurilor fixe utilizate.
- Poate fi mult mai bine să opriți aprovizionarea și vânzarea unui produs, chiar dacă el este vândut în cantități mari, când contribuția sa la realizarea profitului este mică sau chiar inexistentă. Resursele folosite pentru producerea/vânzarea lui pot fi utilizate mai bine în alt scop.

Acordând mai multă atenție unor detalii, aspecte calitative, adăugând noi caracteristici produsului, puteți obține un preț mai mare pentru același produs.

Exemplu:

Să presupunem că puteți adăuga produsului dvs. trei noi caracteristici: A,B,C. Cum evaluați profitabilitatea lor?

Caracteristica	Costul	Valoarea acordată de client	Importanța
A	20	40	2
B	10	10	3
C	60	180	1

Astfel, un aspirator, ca urmare a eforturilor sectorului de concepție al firmei, poate fi modernizat prin prevederea unor noi elemente de construcție sau funcționale.

Modificările proiectate sunt următoarele:

A. Se înlocuiește sacul aspiratorului.
B. Se prevede un mâner de altă formă.
C. Se introduce o funcție nouă, de stropit insecticide.

Scanned with OKEN Scanner

Studiile de marketing efectuate arată că "piața" este dispusă să accepte "costul" realizării acestor funcții, respectiv 40, 10 și 180 de unități bănești, adică un preț mai ridicat pentru un produs îmbunătățit. Clienții vor plăti substanțial mai mult decât costul îmbunătățirilor aduse produsului în cazurile A și C și vor rămâne indiferenți în cazul B.

Pentru un producător, cazul C este cel mai tentant, pentru că raportul este 180/60 - adică la o unitate bănească câștigă 3 - și atenția sa trebuie să fie prioritar dirijată spre lansarea produsului cu această îmbunătățire.

5.4.4.3. Promovarea

O firmă poate produce cel mai bun produs, dar dacă clienții nu-l cunosc și nu sesizează avantajele deținerii lui, este foarte puțin probabil ca acesta să aibă succes.

Firma și produsele ei trebuie să fie promovate. Promovarea va asigura:

- stabilirea unei imagini a firmei;
- creșterea vânzărilor;
- informarea clienților asupra produselor și îmbunătățirilor aduse lor.

Putem lua în considerare trei tipuri de promovare:

- reclama
- expozițiile
- promovarea vânzărilor.

■ **Reclama:**

În scopul informării eficiente a publicului, trebuie stabilite anumite priorități, de exemplu:

- prezentarea firmei, a produselor ei și a avantajelor acestora;
- punerea în evidență a detaliilor unor noi produse și a avantajelor acestora;
- identificarea unor utilizatori potențiali ai avantajelor oferite de produsele dvs.;
- informarea clienților despre reducerile de preț sau orice alte acțiuni promoționale speciale.

Modul în care o firmă își realizează reclama va depinde de tipul de reclamă disponibilă, de eficiența și costul folosirii acesteia și de resursele financiare ale firmei.

Pentru o afacere mică, cu fonduri limitate, câteva posibilități eficiente de realizare a reclamei sunt:

- materiale promoționale (broșuri, afișe);
- ziare distribuite local;

Scanned with OKEN Scanner

- posturi de radio (locale);
- cinema;
- reclame luminoase.

■ **Expozițiile**

Constituie o modalitate de prezentare a firmei și a produselor ei unei audiențe largi.

Pentru a realiza această formă de promovare este necesar să cunoașteți care vor fi expozițiile ce se vor organiza și care au legătură cu activitatea pe care o desfășurați, atât pe plan local cât și național/internațional.

Prin participarea la expoziții puteți:
- promova propria firmă;
- lansa un produs nou;
- identifica noi canale de distribuție, noi clienți, furnizori;
- cunoaște oferta concurenței;
- consolida relațiile de afaceri deja existente.

Deși participările la expoziții sunt, de obicei, costisitoare, ele pot constitui o bună ocazie de a stabili și întări relații cu clienții și partenerii de afaceri.

■ **Promovarea vânzărilor:** poate fi utilizată în scopul promovării produselor și a creșterii vânzărilor, prin modalități cum ar fi:
- reduceri de prețuri;
- eșantioane gratuite;
- produse gratuite atașate produsului de bază.

În timp ce reclama și participarea la expoziții sunt modalități de stabilire a unor relații pe termen lung, promovarea vânzărilor urmărește creșterea pe termen scurt a cererii pentru un anumit produs.

Eficiența oricărei forme de promovare trebuie măsurată (de exemplu, prin volumul vânzărilor înainte și după promovare).

Nu trebuie, însă, să vă disipați resursele folosind prea multe modalități de promovare. Evaluați pentru fiecare costurile și profiturile potențiale. Apoi decideți pe care o veți utiliza.

■ **Vânzările prin comis-voiajori** (formă de vânzare directă): constituie, probabil, cea mai eficientă modalitate de promovare a unei firme și a produselor ei. Aceasta se poate realiza prin intermediul unei persoane bine alese care poate fi salariata firmei, sau căreia i se poate plăti un comision. Această persoană trebuie să cunoască foarte bine produsul, avantajele sale, prețul, modalitățile de livrare, calitatea etc, să le poată prezenta convingător potențialilor clienți, să fie receptivă la nevoile și solicitările clienților. Poate contribui astfel substanțial la ameliorarea volumului de vânzări și a profiturilor firmei.

A vinde nu înseamnă acordarea de reduceri de preț în funcție de cantitate, ci obținerea prețului cel mai bun pentru oferta cea mai bună. Înseamnă punerea în evidență a avantajelor care pot conduce la obținerea unui preț mai

Scanned with OKEN Scanner

mare decât concurența, datorită raportului dintre aceste avantaje și costurile pe care le implică ele.

5.4.4.4. Distribuția

Este procesul prin care produsul firmei ajunge la client. Acest proces trebuie să respecte graficul de livrări, din punct de vedere al termenelor de livrare și al cantităților convenite.

Modalitățile de distribuție presupun costuri diferite care trebuie evaluate în scopul maximizării profitului:

a) **Vânzări directe.** Clientul cumpără direct de la producător.

b) **Vânzări cu amănuntul.** În funcție de mărimea firmei dvs, este posibil să aveți nevoie de mai mulți detailiști sau agenți de vânzări pentru a acoperi diverse zone geografice.

Cum vor ajunge produsele dvs. la aceștia? Este un aspect care necesită, de asemenea, o corectă evaluare.

c) **Vânzări cu ridicata** (prin intermediul angrosiștilor). Prezintă dezavantajul unor prețuri mai mici, dar asigură desfaceri mari cu costuri de transport mici.

Ceea ce trebuie reținut este necesitatea alegerii, în urma unei analize minuțioase, a modalității de distribuție care vă asigură cea mai profitabilă utilizare a resurselor de care dispuneți.

5.4.5. Estimarea costurilor și elaborarea bugetului

Înainte de a implementa orice plan, trebuie să evaluați costurile pe care le implică fiecare din activitățile prevăzute în acest plan și să comparați cheltuielile cu disponibilitățile financiare ale firmei dvs.

Dacă acestea nu sunt compatibile, va trebui să regândiți planul, să-l faceți mai realist și mai adecvat cu suma de bani pe care vă puteți permite să o cheltuiți pentru implementarea planului.

Apoi va fi nevoie să vă stabiliți un buget, pentru a evita cheltuielile în exces.

5.4.6. Programarea

După identificarea activităților de marketing necesare pentru a realiza obiectivele firmei, va trebui să eșalonați în timp aceste activități, astfel încât ele să se desfășoare în ordinea optimă. (Vezi exemplul practic).

Scanned with OKEN Scanner

5.4.7 Controlul

Periodic, este necesar să faceți o analiză simplă a activității, pentru a determina cât de eficientă este strategia stabilită, în special din perspectiva vânzărilor, fondurilor și profitabilității. Pentru aceasta, trebuie să aveți o evidență cât mai clară și corectă, care să vă ofere informații relevante asupra operațiunilor efectuate.

O asemenea analiză vă va oferi o imagine de ansamblu a situației firmei dvs. în relația cu clienții și concurenții, precum și o viziune asupra activităților sale viitoare.

5.5. PLAN DE MARKETING SAU PLAN DE AFACERI?

În capitolul al doilea am prezentat conceptul de plan de afaceri. Acum introducem noțiunea de plan de marketing. Există diferențe sau asemănări între aceste două planuri?

Unii autori consideră că marketingul reprezintă un concept modern de management general, care acoperă toate aspectele unei afaceri. Din acest punct de vedere, planul de marketing este perceput ca un plan general al afacerii. El cuprinde nu numai strategiile menite să asigure penetrarea pe a anumită piață țintă (deciziile privind produsul, prețul, promovarea, distribuția), ci și toate celelalte aspecte pe care le implică activitatea unei firme: fluxuri de producție, tehnologii, aprovizionare, personal, conducere, finanțe, rata profitului. Toate aceste elemente sunt gândite și coordonate astfel încât întreaga activitate să fie focalizată spre cucerirea pieței țintă.

Alți autori privesc planul de marketing ca pe un capitol aparte al planului de afaceri. În acest caz, planul de afaceri cuprinde, în capitole distincte, deciziile menite să asigure, să conducă și să organizeze toate fluxurile materiale, umane și financiare ale firmei.

Noi am adoptat acest din urmă punct de vedere, în special pentru că am considerat că această abordare este mai ușor de înțeles și de aplicat în practică. Un alt motiv este faptul că noțiunea de plan de afaceri este general cunoscută și acceptată în relațiile de afaceri cu bancherii, investitorii, partenerii. Așa cum puteți observa, unul dintre principalele capitole ale planului de afaceri prezentat anterior este capitolul privind piața.

Indiferent de termenii folosiți, important este să vă conduceți afacerile pe baza unui plan. Acest plan trebuie să cuprindă toate aspectele afacerii pentru a-i optimiza profitabilitatea.

Diversele părți ale planului trebuie să fie coerente, compatibile și practice, pentru a asigura viabilitatea afacerii respective.

Scanned with OKEN Scanner

Un plan bun nu reprezintă un scop în sine: planul este un instrument care vă poate ajuta să fiți organizat și pregătit să faceți față unor situații noi.

Planul de marketing are un caracter dinamic. Condițiile mediului de marketing sunt într-o continuă schimbare. De aceea este necesară revizuirea periodică a planurilor, activităților și resurselor.

Subliniem: evenimentele, piața, concurența se modifică. Pentru a avea succes în afaceri, trebuie să treceți periodic în revistă realizările (și neîmplinirile) și să luați deciziile necesare pentru a vă adapta la aceste schimbări.

5.6. EXEMPLU PRACTIC DE ELABORARE A UNUI PLAN DE MARKETING

MICUL ATELIER DE MOBILĂ SCULPTATĂ

Acest exemplu nu se dorește a fi un model - tip, ci încearcă să sugereze firmelor particulare mici câteva jaloane în activitatea de elaborare a propriilor planuri de marketing.

Un sculptor în lemn profesionist are o firmă mică dar stabilă. El are un atelier propriu și produce mobilier din lemn masiv, sculptat manual.

Este un meșteșugar bun și dorește să devină un recunoscut creator și producător de mobilă de înaltă calitate.

1. Pe baza propriei experiențe și a rezultatelor obținute, sculptorul în lemn a stabilit următoarele **obiective de marketing** pentru firma sa:

El intenționează să-și vândă produsele unor firme prospere care își deschid sau remobilează birourile și unor persoane bogate, cu gust, din București.

În următorul an, el speră să își clădească o reputație bună în București și să obțină comenzi de la clienți la nivelul capacității de producție prezente (aprox. 1 - 2 seturi de mobilier pe lună).

În următorii cinci ani, sculptorul intenționează să-și dubleze capacitatea de producție și să-și lărgească piața în alte orașe din România.

2. Iată rezumatul **analizei externe** pe care a întreprins-o sculptorul pentru a-și elabora planul de marketing:

a) Situația economică generală

- Situația politică și decizii guvernamentale

Țara este stabilă din punct de vedere politic și există o strategie guvernamentală de sprijinire a dezvoltării sectorului privat și de încurajare a investițiilor străine în România.

Scanned with OKEN Scanner

Ocazii favorabile: Dezvoltarea unora dintre firmele existente și înființarea de noi firme mixte cu capital străin vor duce la mărirea segmentului de piață căruia i se adresează produsele sculptorului.

Probleme/amenințări: Ar putea apare noi concurenți, puternici, care să producă mobilier similar sau alternativ.

- Mediul economic

Economia în ansamblu prezintă puține semne de refacere. Inflația continuă să fie în creștere. În același timp, dobânzile practicate de bănci pentru credite sunt suficient de reduse (comparativ cu rata inflației) ca să încurajeze împrumuturile.

Ocazii favorabile: Populația tinde să cheltuiască banii disponibili pentru produse de calitate foarte bună și de folosință îndelungată.

Este posibilă achiziționarea de echipamente noi folosind credite bancare. Aceasta ar permite creșterea capacității de producție și reducerea costurilor.

Există câteva programe speciale de finanțare în condiții avantajoase a întreprinderilor particulare mici și mijlocii, în special a celor cu profil de producție.

Probleme/amenințări: Scăderea puterii de cumpărare a populației.

Dobânda bancară este în creștere.

Costul lemnului și al accesoriilor va crește, ceea ce va atrage după sine o majorare a prețului de vânzare al mobilei.

- Concurența

Alți producători mai mari de mobilier sunt interesați să-și modernizeze tehnologia și dotările. Aceștia pot oferi o gamă largă de produse la prețuri foarte competitive. Puterea lor financiară le-ar permite să lanseze o campanie publicitară amplă.

Ocazii favorabile: Marile fabrici de mobilă își vor dezvolta o producție de serie mare. Este de așteptat ca nișa reprezentată pe piața internă de mobilierul artistic, sculptat manual, executat la comandă să nu fie acoperită de acești concurenți mari, întrucât ei își vor orienta cu prioritate către export produsele cu grad de prelucrare și nivel calitativ înalt.

Probleme/amenințări: Fabricile mari, cu echipament modern, ar putea prelua de la clienți comenzi mai mari, oferind în același timp termene de livrare mai scurte.

- Valori sociale

Oamenii de afaceri și persoanele cu stare materială bună sunt tot mai mult interesați de propria lor imagine socială. Mobilierul de calitate pentru birourile proprietarilor/managerilor de firme, pentru camere de protocol și locuințe personale poate îmbunătăți considerabil această imagine.

Ocazii favorabile: O cerere mai mare de mobilier din lemn masiv, sculptat manual.

Probleme/amenințări: Cum poate o firmă mică să-și promoveze produsele, în condițiile în care bugetul său este foarte limitat?

Scanned with OKEN Scanner

- Tehnologie

Tehnologia existentă în lume poate mări considerabil eficiența producției de mobilier.

Ocazii favorabile: Achiziția de utilaje moderne ar crește capacitatea de producție a atelierului de mobilier.

Probleme/amenințări: Resursele financiare ale firmei îi permit achiziționarea unei astfel de tehnologii?

b) Segmentarea pieței

- Structura pieței

Pentru a-și defini piața țintă, sculptorul în lemn a trebuit să răspundă la următoarele întrebări:

- Ce tip de clienți cumpără mobilier scump, din lemn masiv, sculptat manual?

Răspuns: firme prospere, oameni bogați care locuiesc în vile, oficialități române (pentru birouri de protocol la nivel înalt, case de oaspeți pentru VIP etc.), ambasade străine în România.

- Ce dimensiune are fiecare segment?

Pentru a răspunde la această întrebare, sculptorul a făcut doar o estimație generală: datorită faptului că Bucureștiul este capitala țării, găzduiește ambasadele, majoritatea caselor de oaspeți de protocol ale Guvernului, ale Parlamentului și ale altor instituții de stat, cea mai mare parte a instituțiilor străine și internaționale, numeroase firme prospere. Orașul are câteva cartiere rezidențiale cu vile, iar alte zone rezidențiale sunt în curs de construcție.

- Ce tip de mobilier ar prefera această clientelă?

Răspuns: mobilier de birou;
mobilier pentru camere de zi, dormitoare, sufragerii;
garnituri complete și/sau piese separate;
alte piese din lemn sculptat pentru decorațiuni interioare.

- Ce stil?

Răspuns: mobilă clasică, din lemn masiv, sculptată manual și/sau
mobilier modern din lemn, metal, sticlă.

- Ce putere de cumpărare are această categorie de clienți?

Răspunsul se bazează pe prezumția că, în România, nivelul puterii de cumpărare a clientelei vizate este maxim și mediu.

- Atitudinea clienților a fost de asemenea analizată, răspunzându-se la următoarele întrebări:

- Ce reprezintă valoare în percepția diferitelor segmente de piață?
- Ce imagine doresc clienții să creeze prin redecorarea interioarelor?
- De ce ar prefera ei mobilier clasic, în serii scurte, de înaltă calitate, în

Scanned with OKEN Scanner

loc de mobilă standard, modernă, din lemn sau înlocuitori?

- Cât sunt dispuși să cheltuiască aceștia pentru redecorare și cât de des?

Răspunzând la aceste întrebări, sculptorul în lemn a încercat să identifice cele mai eficiente instrumente de marketing și cum să le folosească pentru a cuceri segmentul de piață vizat.

- Concurența

- Care sunt concurenții direcți/indirecți ai atelierului de mobilă sculptată?

Răspuns:

- fabrici românești mari, bine-cunoscute, proprietate de stat, specializate în producția de mobilier de înaltă calitate;
- alți meșteșugari particulari;
- importatori de mobilier modern de bună calitate.

- Unde sunt amplasați aceștia?

Răspuns:

- Una dintre cele mai mari fabrici de stat producătoare de mobilă este situată la periferia Bucureștiului.
- Câteva magazine care vând mobilier de marcă, importat, au fost deschise recent în București.
- Un număr mic de alți meșteșugari produc mobilier similar în București.

- Asupra căror segmente de piață se concentrează ei și cât de puternică este poziția lor pe aceste segmente?

- Ce gamă de produse oferă ei?

Răspuns:

- Fabrica de stat producătoare de mobilier și-a orientat producția de mobilă din lemn masiv sculptat către piețele externe. Pentru piața internă, ea oferă mai ales mobilier standard, din lemn masiv sau furniruit, de calitate medie.
- Mobilierul de import este în majoritate modern, din lemn și/sau metal.
- Alți meșteșugari care produc mobilier fie sunt întreprinzători individuali, fie au ateliere mici. Ei obțin comenzi în special pe baza contactelor personale, iar capacitățile lor de producție și financiare sunt, de asemenea, mici.

- Ce prețuri practică concurența?

Scanned with OKEN Scanner

Răspuns: - Pentru produse de calitate comparabilă, concurenții practică prețuri mai mari sau, în cazul atelierelor mici, similare.

- Cât sunt de adaptabili concurenții la schimbările cererii de pe piață?

Răspuns: - Fabrica de stat este dotată în special pentru o producție de masă, ceea ce îi diminuează flexibilitatea.

- Micile ateliere pot fi adaptabile, dar aceasta depinde de dotarea lor, de priceperea și de atitudinea proprietarilor.

- Tendințele pieței

- Cum este de așteptat să evolueze piața?

Răspuns: Se va accentua, probabil, polarizarea societății civile și de afaceri în segmente cu putere de cumpărare scăzută și foarte ridicată.

Față de nivelul general inițial scăzut, segmentul cu putere de cumpărare ridicată este de așteptat să se mărească în următoarele decade.

Preferințele clienților se vor modifica permanent în funcție de modă, ceea ce va face necesară crearea și testarea de noi modele.

3. Analiza internă efectuată de proprietarul atelierului de mobilă a evidențiat următoarele aspecte specifice ale afacerii lui:

a) Puncte tari

- Sculptorul în lemn este un artist și un profesionist înalt calificat. Este foarte creativ, dedicat muncii lui și un adevărat luptător.
- Are o îndelungată experiență în meserie, iar produsele lui sunt cunoscute printre oamenii educați și bogați.
- Are posibilitatea să obțină lemn de bună calitate.
- Fabricile de mobilă mari sunt mai puțin interesate să producă acest tip de mobilier pentru piața internă.

b) Puncte slabe

- Capacitate de producție redusă și productivitate mică.

(Sculptorul este designer și producător în același timp. Are un singur angajat, un tapițer calificat. Lucrează cu echipament destul de rudimentar, de mică productivitate, realizat în majoritate de el însuși.)

- Fonduri reduse pentru promovare și reclamă.
- Canale de distribuție ineficiente.

Scanned with OKEN Scanner

- Lipsa unui spațiu corespunzător pentru uscarea lemnului sau expunerea produselor.

c) Ocazii favorabile

- Dezvoltarea afacerilor în România, investițiile străine și parteneriatul comercial cu străinătatea, polarizarea socială vor crea o cerere mai mare de mobilier din lemn masiv, de înaltă calitate.

d) Amenințări

- Firma depinde de un tip de produs de folosință îndelungată destul de special și sofisticat.
- Frecvența distribuției pentru un astfel de produs este mai curând redusă, iar segmentul de piață este destul de îngust.
- Ar putea apare concurenți puternici, firme private sau de stat, capabile să ofere modele cu un design modern, atractiv.

4. Pe baza acestor elemente, sculptorul în lemn a definit **strategia de marketing a firmei.**

El a decis să-și adreseze oferta de mobilier firmelor prospere și persoanelor bogate din București. Aceste segmente se dezvoltă, iar nevoia lor de produse unicat, de o aparență sofisticată și de bogăție, creată totuși la prețuri destul de rezonabile, nu este satisfăcută în prezent de către alți producători de mobilier.

El va satisface această cerere mai bine decât concurenții săi pentru că:

- va fi extrem de flexibil la nevoile clienților, producând orice tip de garnitură sau piesă izolată de mobilier din lemn sculptat manual, la comandă;
- va oferi produse de înaltă calitate, în serii foarte scurte sau chiar unicate;
- va asigura o perioadă de garanție post-vânzare de zece ani pentru produsele sale;
- va respecta cu strictețe termenele de livrare;
- va menține prețul la un nivel foarte competitiv.

5. Pentru a realiza obiectivele firmei și pentru a implementa aceste decizii de marketing, sculptorul în lemn a stabilit următoarele **activități de marketing:**

5.1. Produsul

Gama de produse oferită va cuprinde garnituri de mobilier pentru birouri, camere de protocol (pentru firme), mobilier pentru camere de zi, sufragerii, dormitoare, piese separate de mobilier, elemente sculptate pentru decorațiuni interioare.

Majoritatea produselor vor fi executate la comandă (esență de lemn, design, feronerie, tapițerie, stil de sculptură, dimensiuni, etc.)

Într-o perspectivă mai îndelungată, firma ar putea să producă mobilier

Scanned with OKEN Scanner

special pentru instituții oficiale.

5.2. Prețul

În prezent, firma își vinde produsele la prețuri foarte competitive, mult sub cele practicate de concurenți și extrem de accesibile pentru segmentele de piață cărora li se adresează.

În viitor, firma are o marjă de competitivitate suficientă pentru a putea să ridice prețurile și să-și majoreze profitul, iar raportul preț/valoare să rămână totuși atractiv pentru clienți. De fapt, valoarea artistică a mobilierului său este dificil de cuantificat.

Sculptorul în lemn va fi capabil să ofere un raport preț/calitate mai bun decât fabricile mari, datorită cheltuielilor de regie mult mai reduse pe care le presupune atelierul său.

5.3. Promovarea vânzărilor și reclama

Bugetul pentru promovare și reclamă al firmei este destul de redus, dar este necesar un efort pentru a genera numărul de clienți de care are nevoie pentru o activitate profitabilă.

Produsele firmei, cu întreaga lor gamă de avantaje comparative, trebuie să fie mai bine cunoscute de clientela căreia i se adresează.

Firma va folosi o combinație relativ ieftină, dar totuși eficientă, de mijloace de reclamă și promovare:

- reclamă în cotidiene centrale și în publicații care se adresează oamenilor de afaceri;
- pregătirea de literatură de promovare (oferte generale cu descrierea specificului firmei, prospecte și cataloage cu fotografii ale unor produse din gama oferită). Toate vor purta antetul firmei;
- participarea la expoziții și organizarea, în viitorul apropiat, a unui spațiu propriu de expunere și vânzare permanent;
- oferte prin poștă și telefon.

Pentru a realiza toate acestea, sculptorul va trebui să consacre mai mult timp activității de vânzări și să utilizeze serviciile unor centre de consultanță specializate ca al nostru.

5.4. Distribuția

Firma își va vinde produsele către clienții vizați prin:

- vânzări directe, pe bază de comandă;
- distribuitori (2 sau 3 magazine specializate de mobilă, bine-cunoscute în București, cu care firma va încheia contracte de distribuție pe termen lung);
- vânzări directe din propriul spațiu expozițional, situat în sau lângă atelierul de lucru.

6. Estimarea costurilor și elaborarea bugetului .

Acest buget include cheltuielile estimate pentru:

- identificarea și contactarea clientelei vizate;

Scanned with OKEN Scanner

- producerea literaturii promoționale și inserarea reclamelor în diverse publicații;

- trimiterea prin poștă a materialelor de promovare către clienții existenți și/sau potențiali;

- distribuția produselor prin magazine specializate;

- contacte telefonice cu clienții, furnizorii și distribuitorii existenți/potențiali;

- amenajarea propriului spațiu expozițional;

- mărirea capacității de producție și crearea de noi produse, dacă vor fi solicitări pe piață.

7. **Programarea**

După ce a identificat activitățile de marketing necesare pentru a atinge obiectivele firmei, sculptorul în lemn a stabilit următoarea eșalonare în timp:

7.1. Va începe prin a identifica clienții potențiali din segmentele de piață vizate.

7.2. Va elabora un program de promovare și reclamă, după cum a fost menționat mai sus, pentru a-și face cunoscută oferta pe piață.

În acest scop, va contacta un grafician, un fotograf și o tipografie, cât și publicațiile care sunt cele mai adecvate pentru reclama sa.

7.3. Va aduna informații privind târguri și expoziții naționale și internaționale, programul lor de desfășurare și condițiile de participare.

7.4. Va negocia cu câteva magazine specializate contracte de distibuție, de preferință pe termen mediu/lung.

7.5. Va căuta o soluție pentru a-și organiza un spațiu propriu de expoziție permanentă cu vânzare, în cadrul sau alături de atelierul de lucru existent.

7.6. Va aduna permanent date privind tendințele pieței, gama de produse oferite de concurenți, prețul, calitatea, căile de distribuție, modalitățile de promovare și reclamă folosite de aceștia și va compara poziția propriei firme pe piață cu cea a concurenței.

7.7. Dacă cererea pieței, comenzile și volumul vânzărilor o vor justifica, el își va mări capacitatea de producție a atelierului și își va diversifica oferta prin achiziționarea unor utilaje moderne și, poate, prin angajarea a încă 1 - 2 muncitori calificați.

8. După ce își va pune în aplicare planul de marketing, sculptorul în lemn îl va folosi pentru a efectua periodic **controlul activității firmei:**

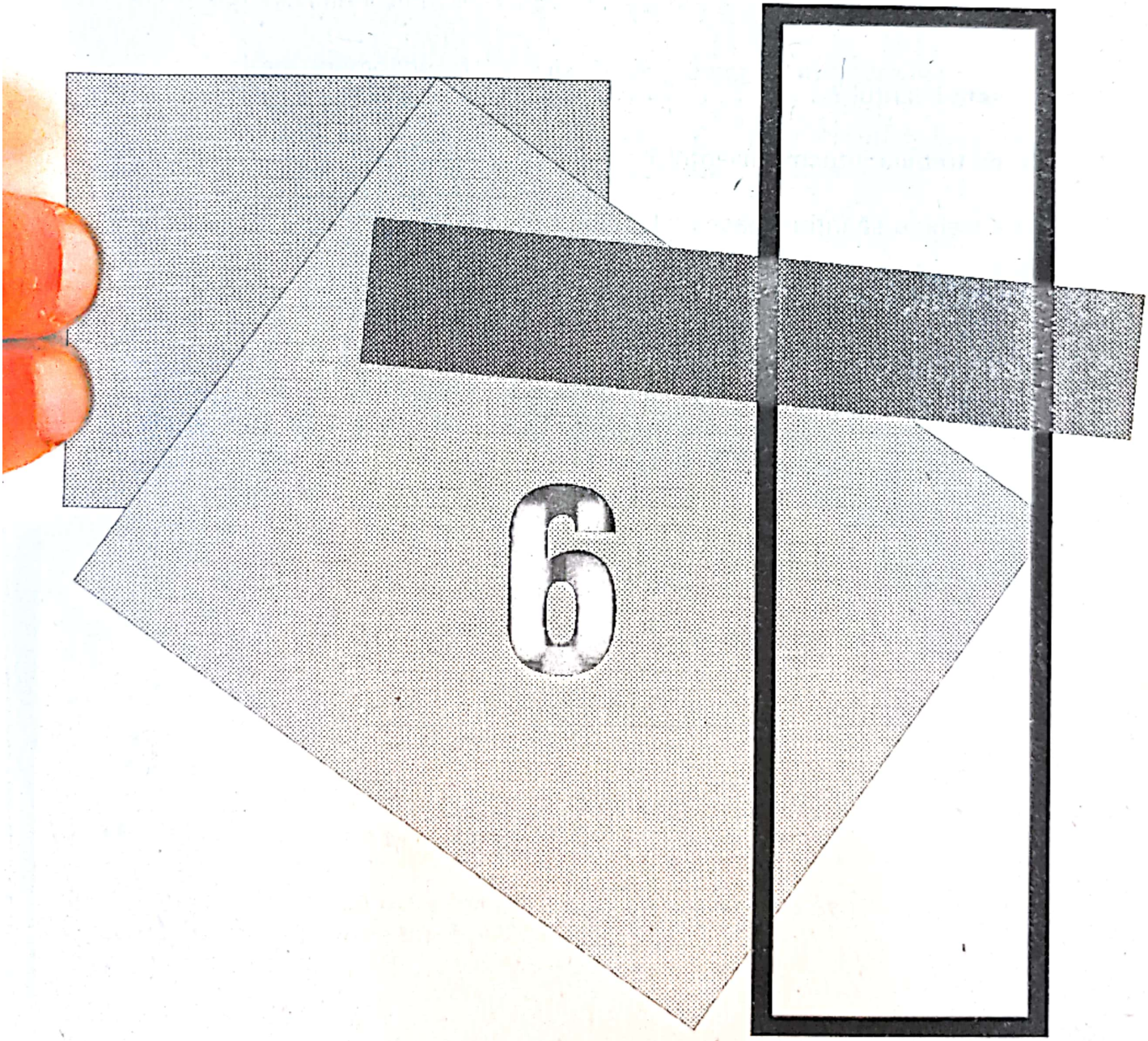
8.1. El va trece în revistă și își va actualiza periodic planul de marketing, comparându-și obiectivele cu condițiile pieței și resursele firmei.

8.2. Va compara, de asemenea, rezultatele obținute din activitatea firmei cu obiectivele de marketing stabilite și activitățile planificate.

8.3. Dacă nu va obține rezultatele sperate, el va trebui să ia în considerare unele acțiuni alternative care să conducă la atingerea obiectivelor de marketing ale firmei.

Scanned with OKEN Scanner

BILANŢUL CONTABIL



Scanned with OKEN Scanner

6.1. Ce este bilanțul ? 129

6.2. De ce trebuie întocmit bilanțul ? 129

6.3. Cine trebuie să întocmească bilanțul ? 130

6.4. Cum se întocmește bilanțul ? 130

6.5. Cum interpretăm datele din bilanț ? 135

Scanned with OKEN Scanner

6.1. CE ESTE BILANȚUL ?

Bilanțul este un raport financiar-contabil care prezintă într-o formă tabelară activul și pasivul unei firme într-un moment dat.

ACTIVUL Ceea ce posedă firma	PASIVUL Ceea ce datorează firma
■ Numerarul existent în casierie	■ Creditori (persoane fizice și juridice cărora firma le datorează bani ca urmare a unor tranzacții)
■ Disponibilul existent în cont	■ Împrumuturi, credite
■ Debitori (persoane fizice și juridice care datorează bani firmei)	■ Capitalul proprietarului (datorat acestuia de către firmă)
■ Stocuri de materiale, semi-fabricate, produse finite, obiecte de inventar ș.a.	■ Profitul obținut de firmă și reținut pentru dezvoltarea în continuare a acesteia (nerepartizat asociaților sau acționarilor).
■ Clădiri, terenuri, echipamente, utilaje ș.a.	

Ceea ce trebuie avut în vedere permanent când discutăm despre un bilanț este că **cele două părți ale acestuia trebuie să fie în permanentă egalitate**, în echilibru, de unde și termenul de bilanț (bilancium = balanța).

Această egalitate există în permanență, nu numai în momentul întocmirii bilanțului.

6.2. DE CE TREBUIE ÎNTOCMIT BILANȚUL ?

a) Pentru că este o obligație legală privind întocmirea acestuia anual (Legea nr. 31/1990, Codul comercial).

b) Pentru că acesta arată care este averea firmei dvs. și care sunt obligațiile acesteia față de alte persoane și față de dvs.

c) Pentru că orice bancă la care vă veți adresa pentru un credit va dori să vă analizeze bilanțul înainte de a se decide.

Scanned with OKEN Scanner

d) Pentru că ținerea unei evidențe contabile corecte și întocmirea tuturor formularelor cerute de lege vă scutește de multe neplăceri din partea Gărzii Financiare și a Direcției Generale a Finanțelor Publice.

6.3. CINE TREBUIE SĂ ÎNTOCMEASCĂ BILANȚUL ?

În conformitate cu Legea nr.31/1990, toate societățile comerciale și regiile autonome trebuie să întocmească anual Bilanțul și Contul de profit și pierderi (art. 56, 60, 130 și 149).

Bilanțul este întocmit de contabili, dar ei nu sunt singurii care au nevoie să interpreteze datele conținute în acesta.

Proprietarii firmei, conducătorii, băncile, diferite agenții guvernamentale ș.a. sunt utilizatori frecvenți ai acestui raport financiar în cursul exercitării funcției.

Deoarece principalul scop al unui antreprenor este de a obține profit, el trebuie să fie capabil de a "citi" bilanțul. Uneori situația financiară a firmei se schimbă dramatic într-o perioadă de timp scurtă. De aceea este necesar ca rapoartele financiare întocmite să fie analizate cu atenție.

6.4. CUM SE ÎNTOCMEȘTE BILANȚUL ?

Pentru o mai ușoară înțelegere a bilanțului și a componentelor acestuia, să luăm un exemplu:

Să presupunem că ne hotărâm să deschidem o mică afacere sub numele de "ALL TRADE" - S.R.L.

Vom prezenta în continuare tranzacțiile implicate de înființarea firmei din exemplul nostru și modul în care aceste tranzacții afectează pozițiile corespunzătoare din primul bilanț care va fi întocmit de aceasta.

A) Depunere capital	**1000000**		
Cont curent	1000000	Capital social	1000000
TOTAL	1000000	TOTAL	1000000

B) Cumpărări de mijloace fixe:			
- clădiri	**530000**		
- echipamente	**20000**		
Cont curent	450000	Capital social	1000000
Clădiri	530000		
Echipamente	20000		
TOTAL	1000000	TOTAL	1000000

Scanned with OKEN Scanner

C) Aprovizionarea pe credit cu materiale **300000**

Cont curent	450000	Capital social	1000000
Materiale	300000	Creditori	300000
Clădiri	530000		
Echipamente	20000		
TOTAL	1300000	TOTAL	1300000

D) Aprovizionare - plata cu cec **400000**

Cont curent	50000	Capital social	1000000
Materiale	700000	Creditori	300000
Clădiri	530000		
Echipamente	20000		
TOTAL	1300000	TOTAL	1300000

E) Se restituie materiale necorespunzătoare furnizorilor **20000**

Cont curent	50000	Capital social	1000000
Materiale	680000	Creditori	280000
Clădiri	530000		
Echipamente	20000		
TOTAL	1280000	TOTAL	1280000

F) Se cumpără prin virament materiale **120000**

Cont curent	50000	Capital social	1000000
Materiale	800000	Creditori	280000
Clădiri	530000	Furnizori de plată	120000
Echipamente	20000		
TOTAL	1400000	TOTAL	1400000

G) Se vinde pe credit marfa **150000**

Costul de cumpărare	100000		
Profit	50000		
Cont curent	50000	Capital social	1000000
Clienți debitori	150000	Profit	50000
Materiale	700000	Creditori	280000
Clădiri	530000	Furnizori	120000
Echipamente	20000		
TOTAL	1450000	TOTAL	1450000

Scanned with OKEN Scanner

H) Se vinde prin virament marfa — **300000**

Cost de cumpărare	200000		
Profit	100000		
Cont curent	50000	Capital social	1000000
Clienți debitori	150000	Profit	150000
Facturi emise și neîncasate	300000		
Materiale	500000	Creditori	280000
Clădiri	530000	Furnizori	120000
Echipamente	2000		
TOTAL	1550000	TOTAL	1550000

I) Se obține un credit-termen 5 ani — **1000000**

Cont curent	1050000	Capital social	1000000
Clienți debitori	150000	Profit	150000
Facturi emise și neîncasate	300000		
Materiale	500000	Creditori	280000
Clădiri	530000	Furnizori	120000
Echipamente	20000	Credit termen lung	1000000
TOTAL	2550000	TOTAL	2550000

J) Alte cheltuieli de exploatare — **80000**

Cont curent	970000	Capital social	1000000
Clienți debitori	150000	Profit	70000
Facturi emise și neîncasate	300000		
Materiale	500000	Creditori	280000
Clădiri	530000	Furnizori	120000
Echipamente	20000	Credit termen lung	1000000
TOTAL	2470000	TOTAL	2470000

K) Achiziționarea unui echipament — **850000**

Cont curent	120000	Capital social	1000000
Clienți debitori	150000	Profit	70000
Facturi emise și neîncasate	300000		
Materiale	500000	Creditori	280000
Clădiri	530000	Furnizori	120000
Echipamente	870000	Credit termen lung	1000000
TOTAL	2470000	TOTAL	2470000

Scanned with OKEN Scanner

L) Calculul amortizării 11667

Cont curent	120000	Capital social	1000000
Clienți debitori	150000	Profit	58333
Facturi emise și neîncasate	300000		
Materiale	500000	Creditori	280000
Clădiri val.inițială = 530000		Furnizori	120000
amortizare = 530000/120	525583		
Echipamente val.inițială = 870000		Credit termen lung	1000000
amortizare = 870000/120	862750		
TOTAL	2458333	TOTAL	2458333

În urma tranzacțiilor descrise mai sus, primul bilanț pe care îl va întocmi firma va arăta după cum urmează:

BILANȚ

ACTIV		**PASIV**	
A. MIJLOACE CIRCULANTE		OBLIGAȚII	
Cont curent	120000	C. OBLIGAȚII CURENTE	
Clienți debitori	150000	Creditori	280000
Facturi emise și neîncasate	300000	Furnizori de plată	120000
Materiale	500000	***Total obligații curente***	400000
Total mijloace circulante	1070000		
		D. OBLIGAȚII PE TERMEN LUNG	
B. MIJLOACE FIXE		Credite bancare	1000000
Clădiri	525583	***Total obligații pe termen lung***	1000000
Echipamente	862750		
Total mijloace fixe	1388333	E. CAPITAL PROPRIU	
		Capital social	1000000
		Profit	58333
		Total capital propriu	1058333
TOTAL ACTIV	**2458333**	**TOTAL PASIV**	**2458333**

Scanned with OKEN Scanner

Să analizăm acum bilanțul firmei noastre, "ALL-TRADE":

I. În partea stângă a bilanțului se înscriu **activele** grupate în două categorii:

A) **Activele curente,** incluzând disponibilitățile bănești în casieria unității și în contul curent din bancă, precum și acele "bunuri" care pot fi transformate rapid în numerar: debitori solvabili, facturi pentru marfa vândută și stocuri de diverse bunuri.

Valoarea totală a acestora variază în permanență, ca urmare a tranzacțiilor firmei, a procesului de fabricație, acolo unde este cazul.

B) **Mijloacele fixe,** care nu sunt, de regulă, bunuri destinate vânzării și au o durată de întrebuințare mare. Uneori ele sunt totuși convertite în bani prin vânzare.

În conformitate cu uzanțele contabile ale fiecărei țări, activele sunt prezentate în bilanț fie în ordinea lichidității lor, fie invers proporțional cu aceasta.

II. În partea dreaptă a bilanțului se înscriu **obligațiile** firmei față de alte firme, persoane sau instituții, precum și față de proprietari, grupate în trei grupe principale:

C) **Obligațiile curente**, reprezentând obligațiile firmei pe termen scurt față de furnizori, salariați, bănci, buget etc.

D) **Obligațiile pe termen lung,** constând în general din credite și împrumuturi pe durate de timp mai mari, primite de la bănci, alte firme etc.

E) **Fondurile proprietarilor** sunt trecute separat de cele provenite din afara firmei.

Aici trebuie subliniat că "obligațiile" firmei față de proprietari nu devin efective decât în momentul în care firma este lichidată, din motive diverse.

Ultimul element prevăzut în bilanț este **profitul.** Acesta poate fi reținut de proprietari sau poate fi lăsat la dispoziția firmei pentru dezvoltarea activității.

Obligațiile firmei sunt prezentate de regulă în ordinea termenelor lor de scadență, începând cu cele cu scadență imediată.

Scanned with OKEN Scanner

6.5. CUM INTERPRETĂM DATELE DIN BILANȚ ?

Să încercăm să interpretăm datele oferite de bilanțul firmei "ALL-TRADE" SRL:

1. Activele curente depășesc cu o marjă comfortabilă obligațiile curente ale firmei, ceea ce înseamnă că firma are capacitatea de a plăti toate datoriile cu scadență imediată.

Recomandare: Activele curente trebuie să depășească obligațiile curente.

2. Soldul numerarului este pozitiv, deci ne putem gândi la o mai bună utilizare a capacităților financiare ale firmei, de exemplu prin cumpărare de mărfuri spre revânzare, care ar putea aduce profit firmei. Aceasta nu afectează activul firmei, ci doar structura lui.

3. Debitorii din relațiile comerciale nu par excesiv de mari în comparație cu volumul de vânzări.

Recomandare: Un volum mare de debitori poate indica o politică de slabă colectare a debitelor sau debite dubioase.

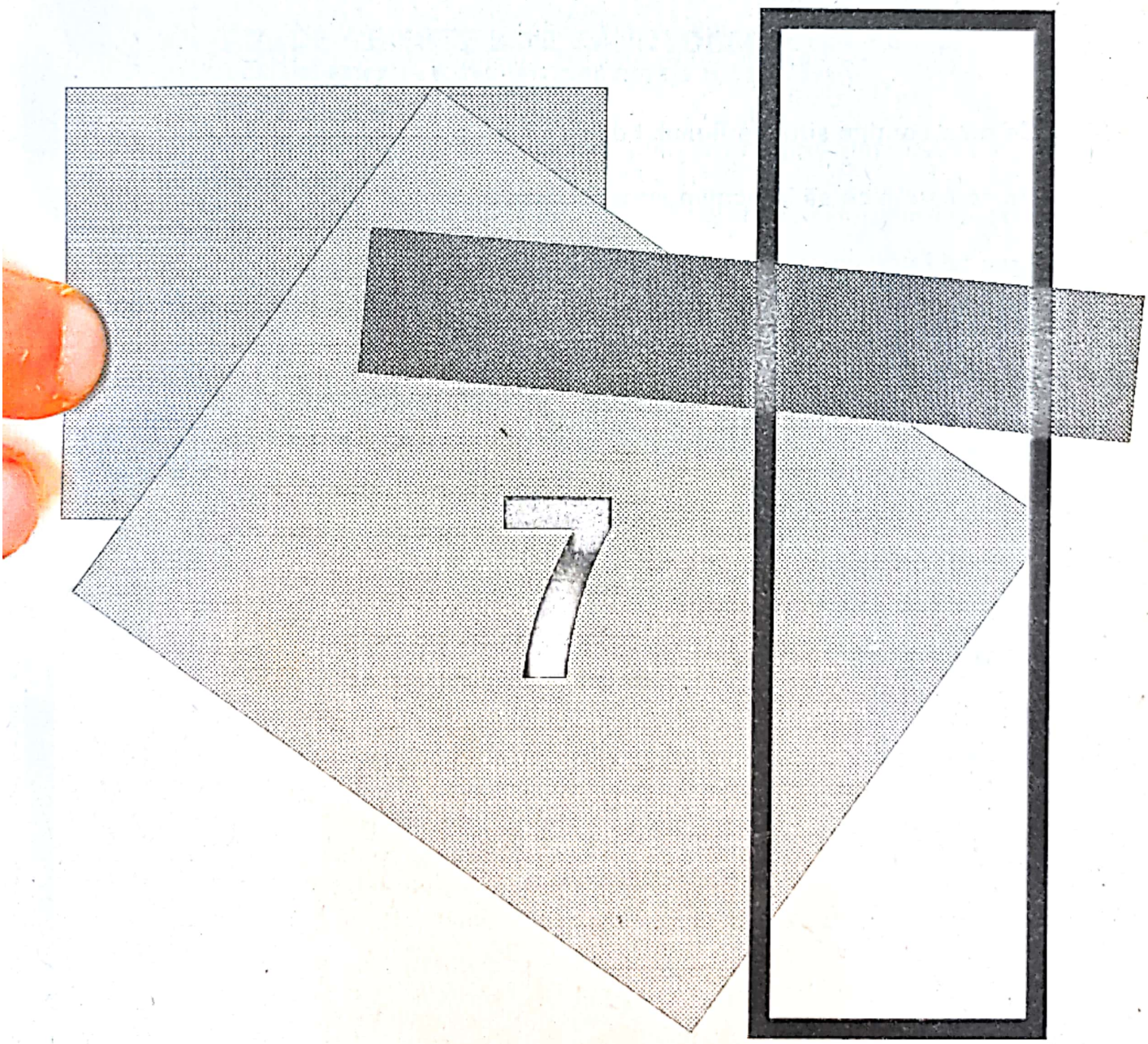
4. Stocurile reprezintă o sursă de venituri viitoare. Investiția în stocuri nu pare exagerat de mare în raport cu vânzările.

Recomandare: Un volum mare al stocurilor poate indica o rotație înceată a acestora și astfel o utilizare ineficientă a numerarului.

5. Investițiile în mijloace fixe sunt rezonabile, raportate la volumul total al activului.

Scanned with OKEN Scanner

SITUAȚIA FLUXULUI DE NUMERAR



Scanned with OKEN Scanner

7.1. Ce date conține situația fluxului de numerar ? 139

7.2. De ce este bine să întocmim situația fluxului de numerar ? 139

7.3. Cum se întocmește situația fluxului de numerar ? 139

7.4. Exemplu 141

Scanned with OKEN Scanner

7.1. CE DATE CONȚINE SITUAȚIA FLUXULUI DE NUMERAR?

Fluxul de numerar este unul dintre instrumentele principale de planificare financiară. Acesta furnizează o proiecție a următoarelor **date:**

1. Disponibilul bănesc la începutul perioadei la care se referă, adică soldul inițial al numerarului (în casă și în bancă).
2. Încasările în numerar previzionate pentru perioada respectivă.
3. Cheltuielile în numerar ale aceleiași perioade.
4. Disponibilul bănesc la sfârșitul perioadei pentru care s-a întocmit această situație financiară.

7.2. DE CE ESTE BINE SĂ ÎNTOCMIM SITUAȚIA FLUXULUI DE NUMERAR?

Avantajele concrete pe care le oferă elaborarea fluxului numerarului pentru o firmă sunt:

- ◆ - prezentarea sistematizată a veniturilor și cheltuielilor aferente perioadei viitoare;
- ◆ - identificarea nevoilor viitoare de numerar ale firmei, astfel încât se poate negocia din timp un credit pentru depășirea acestei "crize" de numerar;
- ◆ - identificarea din timp a surplusurilor de numerar ce vor apare în cadrul firmei, astfel încât să se poată lua măsurile necesare unei utilizări eficiente a acestuia, prin reinvestire sau alte operațiuni aducătoare de profit;
- ◆ - reprezintă un suport important în susținerea unor credite, împrumuturi de la bănci sau alte instituții financiare;
- ◆ - determinarea posibilităților firmei de a susține din fondurile proprii o investiție mai importantă fără a apela la fonduri împrumutate.

7.3. CUM SE ÎNTOCMEȘTE SITUAȚIA FLUXULUI DE NUMERAR?

Atunci când se întocmește un Flux de numerar, trebuie luate în calcul trei tipuri de **activități:**

- activitatea de producție propriu-zisă;
- activitatea de investiții;
- activitatea financiară.

Rezultatul acestor activități se reflectă în sumele de bani care intră sau ies din firmă.

Scanned with OKEN Scanner

Fluxul de numerar, denumit și Bugetul de numerar, se întocmește pentru perioade definite de timp, de regulă pentru un an de zile, cu defalcare lunară și trimestrială.

Procesul de întocmire a Bugetului de numerar începe cu analiza Situației previzionale a veniturilor și cheltuielilor pentru perioada luată în considerare.

Informațiile conținute în această situație sunt preluate din :

- Bugetul vânzărilor. Acesta indică vânzările previzionate a fi efectuate în numerar și pe credit.

- Bugetul producției. Acesta indică costurile ce trebuiesc efectuate pentru realizarea vânzărilor, ca de exemplu materialele directe, forța de muncă, alte cheltuieli ale firmei.

- Bugetul cheltuielilor generale ale firmei, cum ar fi cheltuielile administrative, cheltuielile de desfacere și alte cheltuieli generale.

Alte informații necesare se culeg din datele statistice ale firmei, cum ar fi plățile către furnizori (surse atrase din decalajul între aprovizionarea cu materii prime sau marfă și plata efectivă a acestora) și încasările din vânzările pe credit. De asemenea, rapoartele privind debitorii și vechimea debitelor sunt surse importante de informații pentru întocmirea Bugetului de numerar.

Aceste informații se colectează pentru o perioadă de până la un an și se calculează mediile corespunzătoare.

O ilustrare a modului de grupare a acestor informații se poate vedea în cele ce urmează:

Încasarea livrărilor (media anuală)		**Plata aprovizionărilor** (media anuală)	
Numerar	10%	Numerar	20%
1-30 zile	30%	1-30 zile	40%
31-60 zile	30%	31-60 zile	10%
61-90 zile	20%	61-90 zile	25%
> 90 zile	10%	> 90 zile	5%
	100%		100%

Scanned with OKEN Scanner

7.4. EXEMPLU

Societatea comercială X S.R.L. și-a propus realizarea unei afaceri care va presupune o investiție în echipamente cu o valoare de 1.800 mii lei. Producția ce va fi realizată, conform datelor culese de către conducerea firmei, va presupune următoarele elemente de intrări și ieșiri de numerar :

- Capital propriu: firma va porni afacerea cu un capital inițial de 900 mii lei.
- Venituri: producția lunară va fi de 2.000 mii lei. Din aceasta 80% vor fi încasați în luna curentă iar 20% în luna următoare.
- Credit: se prevede atragerea unui credit bancar în valoare de 1.200 mii lei ce va fi folosit la achiziționarea obiectului de investiție. Durata creditului este de 4 luni cu rambursare lunară și o rată de dobândă de 80 %.
- Alte venituri: se prevede ca din operațiuni ce nu sunt în relație cu activitatea de producție să se obțină în prima lună 500 mii și în a doua lună 100 mii lei.
- Cheltuieli directe: se prevede un volum de aprovizionări de 600 mii lei pe lună, ce vor fi plătite furnizorilor în proporție de 83 % în luna curentă și 17 % în luna următoare.

Salariile personalului direct productiv vor fi de 200 mii lei.

- Cheltuieli indirecte:

a/ chirii pentru spații	120 mii lei plătibili trimestrial
b/ utilități	25 mii lei plătibili lunar
c/ cheltuieli de întreținere și funcționare	36 mii lei utilizați trimestrial
d/ salarii TESA	35 mii lei plătibili lunar
e/ reclamă, protocol	20 mii lei plătibili lunar
f/ cheltuieli administrativ - gospodărești	8 mii lei plătibili lunar
g/ asigurări	17 mii lei plătibili la începutul perioadei

h/ impozit pe profit: 45 % din profitul impozabil (vezi situația de venituri și cheltuieli)

i/ dividende: 5 % din profitul net (vezi situația de venituri și cheltuieli)

j/ amortizare: 30 mii lei pe lună - constituie o cheltuială nebănească și nu este inclusă în fluxul de numerar, dar este inclusă în situația de venituri și cheltuieli deoarece influențează nivelul profitului.

Având la bază aceste date și periodicitatea încasării veniturilor și a realizării cheltuielilor putem întocmi Fluxul de numerar, care în cazul societății comerciale X S.R.L. se prezintă astfel :

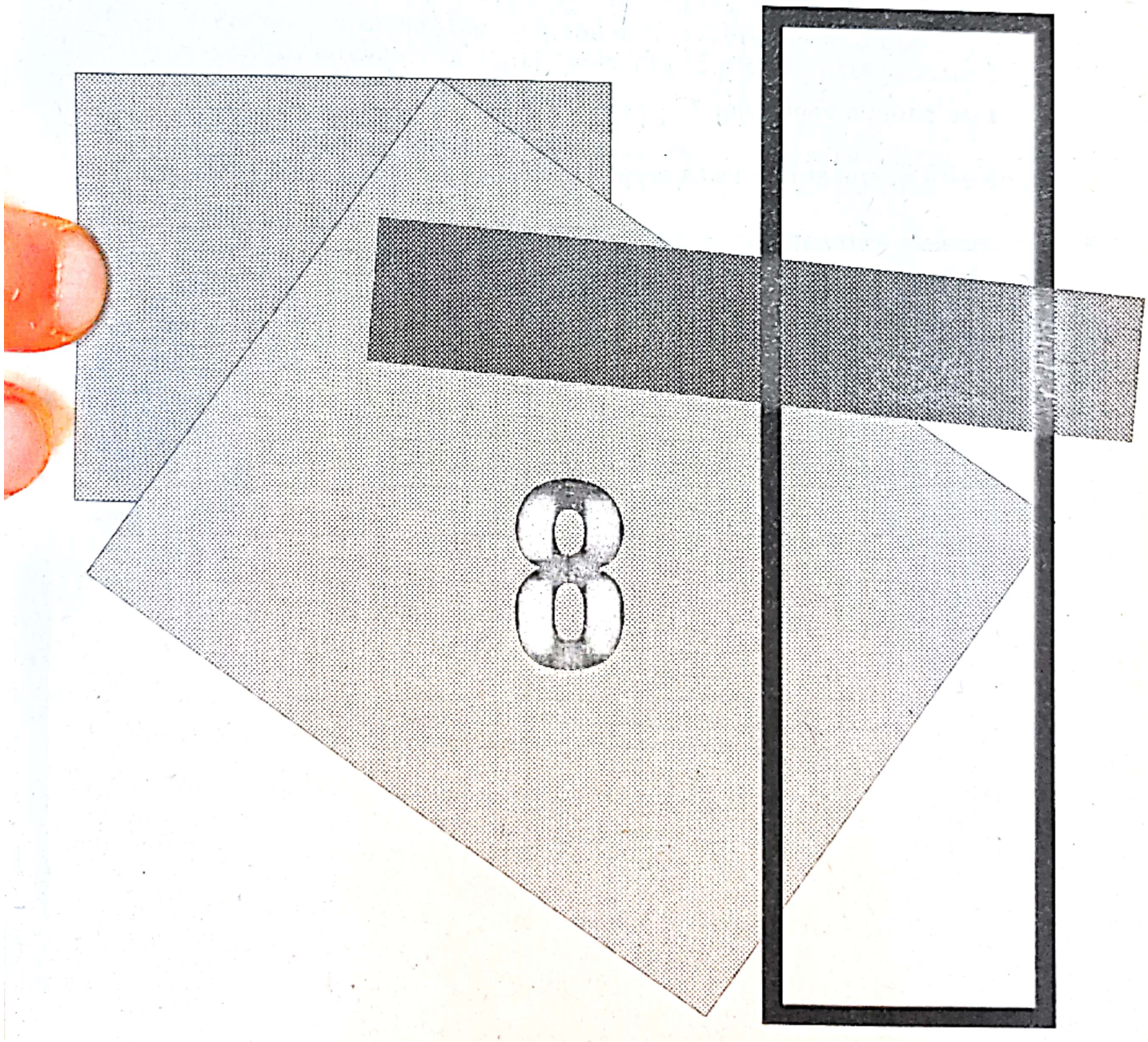
Scanned with OKEN Scanner

Scanned with OKEN Scanner

Fluxul de numerar al Societăţii X S.R.L.

EXPLICAŢII / ANUL	Luna 1	Luna 2	Luna 3	Luna 4	Luna 5	Luna 6
1. Numerar la începutul perioadei	900	964	1631	1998	2432	3078
2. Intrări de numerar	X	X	X	X	X	X
a/ din vânzări:	2000	2000	2000	2000	2000	2000
- în numerar	1600	2000(1600+400)	2000(1600+400)	2000(1600+400)	2000(1600+400)	2000(1600+400)
- pe credit	400	400	400	400	400	400
b/ credite (alte împrumuturi)	1200	0	0	0	0	0
c/ alte intrări de numerar	500	100	0	0	0	0
I. TOTAL DISPONIBIL DE NUMERAR	4200	3065	3631	3999	4432	5079
3. Ieşiri de numerar						
a/ cheltuieli directe :						
Aprovizionări cu materii prime directe:	600	600	600	600	600	600
- în numerar	500	600(500+100)	600(500+100)	600(500+100)	600(500+100)	600(500+100)
- pe credit	100	100	100	100	100	100
Salarii directe:	200	200	200	200	200	200
b/ cheltuieli indirecte:						
- chirii	0	0	120	0	0	120
- utilităţi	25	25	25	25	25	25
- cheltuieli de întreţinere şi funcţionare	0	0	36	0	0	36
- salarii TESA	35	35	35	35	35	35
- reclamă, protocol	20	20	20	20	20	20
- chelt. adm. gosp.	8	8	8	8	8	8
- asigurări	17	0	0	0	0	0
- rate credit scadente	300	300	300	300	0	0
- dobânzi	80	60	40	20	0	0
- alte cheltuieli	0	0	0	0	0	0
c/ cheltuieli cu investiţiile	1800	0	0	0	0	0
d/ impozit pe profit	249	185	248	356	464	464
e/ dividende	2	1	2	2	3	3
II. TOTAL IEŞIRI DE NUMERAR	3236	1434	1633	1567	1354	1511
III. SURPLUS / DEFICIT DE NUMERAR (I - II)	964	1631	1998	2432	3078	3568

SITUAȚIA VENITURILOR ȘI CHELTUIELILOR



Scanned with OKEN Scanner

8.1. Ce este situația veniturilor ? 145

8.2. Cine este interesat în analiza acesteia ? 145

8.3. Principalele elemente ale situației veniturilor 145

8.4. Factori de influență 147

Scanned with OKEN Scanner

8.1. CE ESTE SITUAȚIA VENITURILOR ?

Situația veniturilor este o situație financiară care indică performanțele unei firme pe o anumită perioadă de timp, de obicei pentru o lună. Performanțele firmei sunt exprimate prin veniturile, cheltuielile și profitul obținute în intervalul analizat.

Ea diferă de **Bilanțul contabil**, care indică numai creșterea sau descreșterea activelor și pasivelor la un moment dat.

8.2. CINE ESTE INTERESAT ÎN ANALIZA ACESTEIA ?

Utilizatorii Situației veniturilor sunt:

- Patronii, asociații sau acționarii, care utilizează Situația veniturilor pentru a evalua periodic eficiența cu care este condusă firma, veniturile, cheltuielile, ș.a.
- Băncile, care studiază acest raport atunci când li se solicită un credit, pentru a analiza capacitatea de rambursare a solicitantului.
- Conducerea firmei, care este interesată în analiza acestui raport financiar pentru a căpăta informații privind eficiența activității lor în perioada de timp expirată, precum și pentru a putea realiza o mai bună planificare a activității viitoare a firmei. Datele din acest document permit elaborarea unor previziuni financiare care pot fi folosite atât ca instrumente de control financiar, cât și ca bază a studiilor de fezabilitate.
- Investitorii, care doresc să cunoască veniturile firmei pe o anumită perioadă de timp, pentru a vedea dacă este oportun să investească în firma respectivă.

8.3. PRINCIPALELE ELEMENTE ALE SITUAȚIEI VENITURILOR

a) Veniturile - cuprind toate încasările din activitatea de bază a întreprinderii: vânzări, investiții și orice alte activități aducătoare de venit.

NOTĂ: Fondurile investite de asociați (acționari) în scopul sporirii capitalului social al firmei sau creditele bancare nu reprezintă un venit. Aceste investiții sunt menite să conducă la o creștere viitoare a veniturilor.

b) Cheltuielile cuprind toate consumurile înregistrate de o firmă în scopul producerii de venituri.

Scanned with OKEN Scanner

Putem distinge două tipuri de cheltuieli: directe și indirecte. La acestea se adaugă și așa-numitele cheltuieli care se suportă direct din venituri și sunt menționate în anexa nr.1 la H.G. nr. 804/3.12.1991.

c) Impozitul pe profit - calculat în cote procentuale în funcție de mărimea profitului.

d) Profitul net - calculat prin deducerea impozitului din profitul brut.

Următorul exemplu ne va ajuta să înțelegem cum se întocmește un astfel de raport financiar:

Firma "STIL" SRL a efectuat în luna iunie a.c. următoarele tranzacții:

a. Vânzările au fost în sumă de 450.000 lei.

b. Situația stocurilor de mărfuri în luna iunie a fost următoarea:

- stoc inițial	=	50.000 lei
- intrări de mărfuri	=	400.000 lei
- ieșiri de mărfuri	=	300.000 lei
- stoc final	=	150.000 lei

c. În luna iunie, firma are o serie de cheltuieli :

- chiria	=	10.000 lei
- salariile	=	35.000 lei
- amortizarea	=	5.000 lei

d. Se plătește dobânda la creditul bancar obținut = 2.000 lei

e. Se restituie unui client suma încasată eronat = 10.000 lei

Să vedem acum cum arată Situația veniturilor firmei:

Scanned with OKEN Scanner

"STIL " SRL
Situația veniturilor lunii iunie 199X

	lei	%
I. VENITURI		
I.1. Vânzări totale	450.000	
I.2. Se scad refuzurile	10.000	
A. Vânzări totale	440.000	100
II. CHELTUIELI		
II.1. Costul bunurilor vândute (*)	300.000	68
a) stoc inițial = 50.000		
b) intrări = 400.000		
c) stoc final = 150.000		
II.2. Cheltuieli operaționale		
a) chiria = 10.000	52.000	11.8
b) salarii = 35.000		
c) amortizare = 5.000		
d) dobânzi = 2.000		
B. Total cheltuieli	352.000	79,8
III. Profit brut (A - B)	88.000	20,2
IV. Impozit pe profit	26.400	
V. Profit net (III - IV)	61.600	

(*) Formula utilizată în acest caz pentru a determina costul bunurilor vândute este:

stoc inițial + intrări - stoc final

8.4. FACTORI DE INFLUENȚĂ

Atunci când interpretăm datele oferite de situația veniturilor, trebuie să ținem seama de factorii care influențează elementele acestei situații.

Veniturile sunt influențate de numeroși factori, dintre care menționăm pe cei mai importanți:

- Prețul produsului - se poate modifica datorită:
  - unei politici de marketing mai agresive a firmei sau a concurenței,
  - apariției unor produse noi pe piață,
  - schimbării prețurilor materiilor prime,

Scanned with OKEN Scanner

- inflației,
- tehnologiilor noi, etc.

- Volumul vânzărilor - se poate modifica în urma:
  - creșterii/scăderii cererii pe piață,
  - politicii de marketing (posibilitățile de livrare ale firmei, calitatea produselor/serviciilor oferite, modalitățile de promovare), etc.
- Inflația - De exemplu o creștere de 25% pe an a veniturilor absolute poate părea mulțumitoare, dar dacă rata inflației este de 40% pe an, aceasta înseamnă de fapt o scădere aproximativă de 15% a veniturilor anuale reale.

Cheltuielile ocazionate de desfășurarea activității sunt decisive, deoarece acestea influențează prețul și, în final, competitivitatea firmei.

La analiza cheltuielilor trebuie să ținem cont de împărțirea acestora în două categorii principale: cheltuieli directe și indirecte.

1) **Cheltuielile directe:** diferă în funcție de natura activității.

Pentru activitatea de comerț, cheltuielile directe sunt formate în principal din aprovizionări cu mărfuri. Într-o firmă productivă, pe lângă materiile prime, în structura cheltuielilor directe valoarea salariilor are de asemenea o pondere importantă.

2) **Cheltuielile indirecte:** cele care nu sunt direct legate de producerea și/sau vânzarea bunurilor, dar sunt necesare pentru a asigura buna funcționare a firmei. Dintre acestea mai importante sunt: chiriile, cheltuielile de întreținere și funcționare, poștă, telefon, dobânzi bancare, electricitate, căldură, rechizite, reclamă, amortizare, etc.

La fel ca și prețul, cheltuielile sunt influențate de numeroși factori, ca:

- *Inflația* - Într-un mediu inflaționist trebuie să avem în vedere rata inflației (lunară și anuală) pentru a putea planifica și controla nivelul costurilor.
- *Productivitatea* - O tehnologie nouă, o mai bună organizare a producției și vânzării, etc. vor asigura creșterea productivității și a eficienței activității prin reducerea nivelului costurilor.
- *Controlul costurilor* - Nivelul și structura costurilor trebuie supuse unui control cât mai strict prin utilizarea diferitelor instrumente financiare, înregistrarea corectă a operațiunilor efectuate, analiza periodică a rezultatelor financiare obținute.

NOTĂ: O firmă, indiferent de obiectul său de activitate (comerț, servicii, producție), trebuie să-și cunoască exact nivelul cheltuielilor pentru a asigura minimizarea lor. Acest lucru este determinant pentru realizarea nivelului de competitivitate dorit.

Scanned with OKEN Scanner

Marja de profit brut - se exprimă ca un raport procentual între profitul brut și vânzări. Aceasta arată care este profitul brut obținut la 100 lei vânzări.

Situația veniturilor trebuie întocmită nu numai pentru a îndeplini o cerință legală, ci și pentru a o utiliza ca un instrument de conducere și control al activității firmei.

Comparați-vă realizările lunare cu previziunile financiare. Observați unde au fost acestea îndeplinite și unde nu. Luați măsurile care se impun.

CHELTUIELILE CARE SE SCAD DIN VENITURILE ÎNCASATE ÎN VEDEREA DETERMINĂRII PROFITULUI IMPOZABIL (Anexa 1, H.G. 804/3.12.1991)

1. Cheltuielile aferente activității desfășurate corespunzător veniturilor încasate care, potrivit reglementărilor legale, se evidențiază în costurile agenților economici;

2. Taxa pentru folosirea terenurilor;

3. Taxa asupra mijloacelor de transport cu acțiune mecanică și pe apă, înmatriculate potrivit legii;

4. Cheltuielile cu pregătirea și perfecționarea profesională;

5. Sume plătite pentru contractele de cercetare ce au ca obiect programele prioritare de interes național, fundamentarea strategiilor de dezvoltare, creșterea calității produselor și serviciilor și elaborarea de produse noi, competitive, neincluse în costurile de producție sau cheltuieli de circulație, după caz, ale agenților economici;

6. Comisioanele plătite agenților economici cu activitate de comerț exterior;

7. Cheltuieli de protocol, reclamă și publicitate, potrivit legii bugetare anuale;

8. Alocația pentru copii plătită de agenții economici în cazul în care aceasta nu se suportă din bugetul public național;

9. Prelevări la fondul de rezervă și alte fonduri speciale, constituite potrivit reglementărilor legale;

10. Pierderile din anii precedenți în măsura în care acestea nu au putut fi recuperate până la determinarea profitului impozabil;

11. Prelevările și donațiile făcute în scopuri umanitare, precum și pentru sprijinirea activităților sociale, culturale, științifice și sportive, conform legii bugetare anuale;

Scanned with OKEN Scanner

12. Alte cheltuieli prevăzute de normele legale în vigoare.

Situația veniturilor și cheltuielilor poate și trebuie să fie folosită în cadrul unei firme și în scopul planificării profitului. Aceasta are o importanță deosebită atât pentru conducerea firmei cât și pentru eventualii finanțatori.

Exemplu: În exemplul propus vom utiliza datele folosite în planificarea fluxului de numerar, cu scopul de a vă familiariza cu pricipalele diferențe dintre o situație de venituri și cheltuieli și un flux de numerar.

EXPLICAȚII / ANUL	Luna 1	Luna 2	Luna 3	Luna 4	Luna 5	Luna 6
VENITURI :						
Venituri din vânzări	2000	2000	2000	2000	2000	2000
Alte venituri	500	100	0	0	0	0
TOTAL VENITURI	2500	2100	2000	2000	2000	2000
CHELTUIELI						
Cheltuieli directe :						
- materii prime	600	600	600	600	600	600
- salarii directe	200	200	200	200	200	200
Cheltuieli indirecte:						
- chirii	40	40	40	40	40	40
- utilități	25	25	25	25	25	25
- cheltuieli de întreținere și funcționare	12	12	12	12	12	12
- salarii TESA	35	35	35	35	35	35
- reclamă, protocol	20	20	20	20	20	20
- chelt. adm. gosp.	8	8	8	8	8	8
- asigurări	17	0	0	0	0	0
- dobânzi	80	60	40	20	0	0
- alte cheltuieli	0	0	0	0	0	0
- amortizări	30	30	30	30	30	30
TOTAL CHELTUIELI	1067	1030	1010	990	970	970
PROFIT IMPOZABIL	1433	1070	990	1010	1030	1030
Impozit pe profit	645	482	446	455	464	464
PROFIT NET	788	589	545	556	567	567
Dividende	4	3	3	3	3	3
PROFIT DE REPARTIZAT	784	586	542	553	564	564
PROFIT DE REPARTIZAT CUMULAT	784	1370	1912	2464	3028	3592

Scanned with OKEN Scanner

Concluzii :

Pentru activitatea de planificare este recomandat a se utiliza atât situația fluxului de numerar cât și situația veniturilor, ambele având un rol deosebit de important în analiza financiară a unei activități planificate.

Fiecare din aceste situații are un rol diferit în analiza financiară. Astfel, în timp ce situația planificată a veniturilor și cheltuielilor arată dacă o afacere este profitabilă sau nu, situația fluxului de numerar arată dacă o afacere are pe parcursul desfășurării activității bani disponibili atât pentru menținerea unui grad de lichiditate care să satisfacă plățile curente cât și pentru dezvoltarea afacerii.

În prezenta lucrare punem un accent deosebit pe situația fluxului de numerar, deoarece utilizarea acestui instrument de planificare este de dată relativ recentă, având însă un rol foarte important în luarea unor decizii importante (ex: acordarea unui credit, decizii investiționale, asocieri de capital etc.).

Următorul exemplu este edificator :

Să presupunem că o societate comercială vinde lunar mărfuri cu o valoare de 300.000 lei.
Colectarea acestei sume se face în proporție de 80 % în luna curentă și 20 % în luna următoare.
Plățile unei luni sunt de 250.000 lei.
Rezultă că societatea realizează un profit lunar de

300.000 lei - 250.000 lei = 50.000 lei

Datorită însă modului de colectare a banilor de la clienți, disponibilul bănesc aferent unei luni este de :

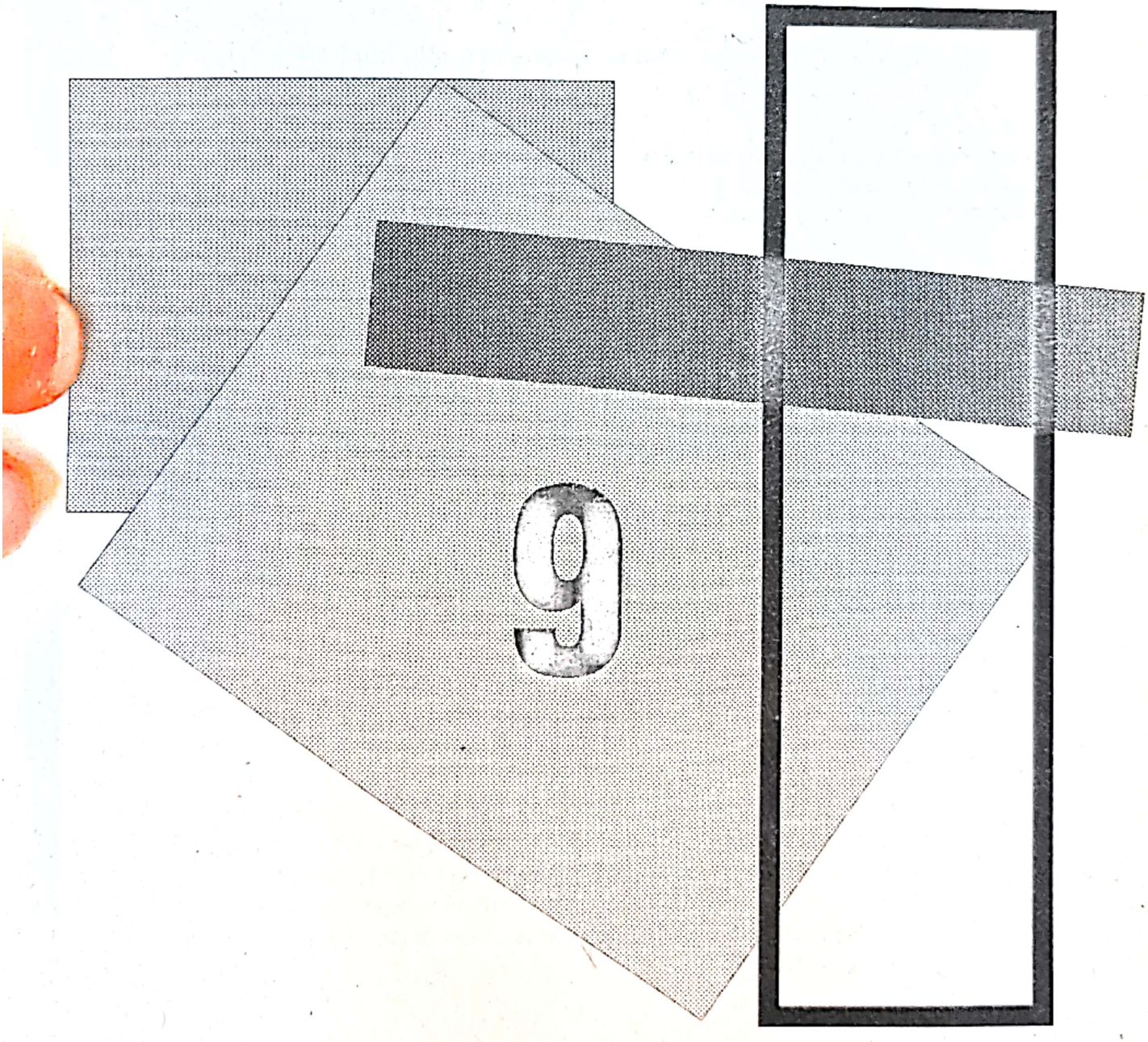
300.000 x 80 % - 250.000 lei = - 10.000 lei.

În acest caz societatea înregistrează ceea ce uzual numim "profit pe hârtie", fără ca aceasta să poată însă să dispună de banii rezultați din activități și fiind astfel pusă într-o situație dificilă față de creditorii săi.

Exemplul de față nu-și propune să sugereze realizarea vânzărilor numai în numerar, ci doar să vă facă atenți că folosirea unor vânzari pe credit - dealtfel recomandată - să fie făcută cu multă atenție pentru evitarea unor situații neplăcute.

Scanned with OKEN Scanner

DEBITORI ŞI CREDITORI



Scanned with OKEN Scanner

Una dintre cele mai importante indicații privind modul de gestionare a unei firme este furnizată de analiza debitorilor și a creditorilor acesteia. Mărimea și vechimea sumelor datorate de firmă creditorilor ei, respectiv ale celor care sunt datorate firmei de către debitorii acesteia, interesează atât pe proprietarii firmei, cât și pe inspectorii de bancă, potențialii investitori, organele fiscale.

9.1. DEBITORII

Una dintre pozițiile din activul bilanțului oricărei societăți comerciale este cea privind facturile neîncasate. Această poziție este importantă deoarece în mod normal ea este considerată un activ cu grad de lichiditate ridicat.

Atât mărimea cât și calitatea debitelor (prin aceasta înțelegând șansele lichidării acestora) sunt de primă importanță pentru starea de "sănătate" financiară a firmei.

În spatele facturilor neîncasate se pot ascunde cauzele lipsei de numerar și ale incapacității de plată a firmei.

Atunci când o societate vinde pe credit (adică plata bunurilor livrate sau a serviciilor prestate nu se efectuează în numerar), există riscul ca firma să nu-și încaseze sumele datorate.

Trei factori sunt determinanți în privința volumului debitelor:
- mărimea vânzărilor pe credit (la termenul de scadență);
- politica de colectare a debitelor dusă de firmă;
- seriozitatea clienților privind respectarea angajamentelor de plată.

Pentru a demonstra importanța debitorilor pentru bunul mers al unei firme, să dăm un exemplu:

Să presupunem că o firmă are vânzări pe credit în valoare de 300.000 lei lunar și că durata medie de încasare a facturilor este de 30 de zile. În situația în care această durată de colectare ar crește la 60 de zile, ca urmare a modificării clauzelor contractuale privind termenele de plată, volumul facturilor neîncasate s-ar dubla.

Implicația imediată a acestui fapt va fi scăderea numerarului din cont cu suma de 300.000 lei, care poate duce la necesitatea de a apela la credite bancare, cu costurile suplimentare aferente.

O altă cauză a creșterii volumului debitorilor poate fi mediul economic în care firma își desfășoară activitatea, respectiv starea generală de sănătate a economiei naționale. Atunci când economia este în regres, societățile comerciale obțin în general profituri mai mici, deci lichiditățile lor se diminuează. În acest caz se produce o reacție în lanț, care are ca efect încetinirea plăților.

Scanned with OKEN Scanner

9.1. Debitorii 155

9.2. Creditorii 157

Scanned with OKEN Scanner

Una dintre cele mai importante indicații privind modul de gestionare a unei firme este furnizată de analiza debitorilor și a creditorilor acesteia. Mărimea și vechimea sumelor datorate de firmă creditorilor ei, respectiv ale celor care sunt datorate firmei de către debitorii acesteia, interesează atât pe proprietarii firmei, cât și pe inspectorii de bancă, potențialii investitori, organele fiscale.

9.1. DEBITORII

Una dintre pozițiile din activul bilanțului oricărei societăți comerciale este cea privind facturile neîncasate. Această poziție este importantă deoarece în mod normal ea este considerată un activ cu grad de lichiditate ridicat.

Atât mărimea cât și calitatea debitelor (prin aceasta înțelegând șansele lichidării acestora) sunt de primă importanță pentru starea de "sănătate" financiară a firmei.

În spatele facturilor neîncasate se pot ascunde cauzele lipsei de numerar și ale incapacității de plată a firmei.

Atunci când o societate vinde pe credit (adică plata bunurilor livrate sau a serviciilor prestate nu se efectuează în numerar), există riscul ca firma să nu-și încaseze sumele datorate.

Trei factori sunt determinanți în privința volumului debitelor:
- mărimea vânzărilor pe credit (la termenul de scadență);
- politica de colectare a debitelor dusă de firmă;
- seriozitatea clienților privind respectarea angajamentelor de plată.

Pentru a demonstra importanța debitorilor pentru bunul mers al unei firme, să dăm un exemplu:

Să presupunem că o firmă are vânzări pe credit în valoare de 300.000 lei lunar și că durata medie de încasare a facturilor este de 30 de zile. În situația în care această durată de colectare ar crește la 60 de zile, ca urmare a modificării clauzelor contractuale privind termenele de plată, volumul facturilor neîncasate s-ar dubla.

Implicația imediată a acestui fapt va fi scăderea numerarului din cont cu suma de 300.000 lei, care poate duce la necesitatea de a apela la credite bancare, cu costurile suplimentare aferente.

O altă cauză a creșterii volumului debitorilor poate fi mediul economic în care firma își desfășoară activitatea, respectiv starea generală de sănătate a economiei naționale. Atunci când economia este în regres, societățile comerciale obțin în general profituri mai mici, deci lichiditățile lor se diminuează. În acest caz se produce o reacție în lanț, care are ca efect încetinirea plăților.

Scanned with OKEN Scanner

Urmare a scăderii lichidităților firmelor datorată transformării mai lente a facturilor în numerar, acestea realizează din ce în ce mai puțin numerar.

Analiza creșterii volumului de facturi neîncasate trebuie să ia în considerare și modificările survenite în volumul vânzărilor.

Dacă creșterea debitelor o depășește pe cea a vânzărilor, atunci trebuie să fie analizate atent cauzele acestei situații.

În general, un anumit procent din debite este irecuperabil. De aceea, pentru a avea o imagine exactă a situației financiare a firmei, trebuie luate în considerare și aceste debite ce nu vor putea fi colectate. De obicei aceasta se face pe baza datelor din perioadele anterioare.

În scopul analizei stocului de facturi neîncasate și a prevenirii unor disfuncționalități în circuitul financiar al firmei, se recomandă un sistem de urmărire a acestora în funcție de vechimea lor și pe clienți.

În exemplul de mai jos prezentăm un sistem simplu de a efectua această analiză a debitorilor.

FACTURI NEÎNCASATE LA DATA DE 31.03.1992

-lei-

CLIENT	TOTAL	CURENTE	1-30 zile	31-60 zile	61-90 zile	peste 90 zile
AMPO-SA	100000	100000	X	X	X	X
FRED-SRL	140000	X	140000	X	X	X
DUO-SNC	50000	X	X	50000	X	X
.....						
ARTA-SA	60000	X	X	X	X	60000
TOTAL	1000000	750000	140000	50000	X	60000
PROCENT	100%	75%	14%	5%	X	6%

În baza tabelului de mai sus se pot analiza atât politica de colectare a debitelor dusă de firmă, cât și eventualele "aglomerări" de debite la anumiți clienți.

În exemplul de mai sus, politica stabilită de firmă pentru colectarea debitelor este destul de eficientă: 89% din debite sunt sub 30 zile vechime.

Evoluția în timp a debitelor este un alt parametru care trebuie să fie urmărit. Pentru aceasta poate fi întocmit un tabel după modelul următor:

Scanned with OKEN Scanner

EVOLUȚIA FACTURILOR NEÎNCASATE

-lei-

DATA	TOTAL	CURENTE	1-30 zile	31-60 zile	61-90 zile	peste 90 zile
30.09.1991	850000	510000	85000	42500	127500	85000
	100%	60%	10%	5%	15%	10%
31.12.1991	900000	630000	63000	90000	45000	72000
	100%	70%	7%	10%	5%	8%
31.03.1992	1000000	750000	140000	50000	0	60000
	100%	75%	14%	5%	0	6%

În baza acestui tabel, o firmă poate determina tendința modificării volumului de facturi neîncasate și poate trage concluzii privind politica de colectare ce se impune a fi urmată.

9.2. CREDITORII

Când ne referim la creditori, ne gândim în general la toți cei cărora firma le datorează anumite sume de bani: furnizori, bănci, bugetul statului, salariați, alte persoane fizice și juridice.

În cele ce urmează, ne vom referi numai la obligațiile curente ale firmei către furnizori.

Datoriile rezultate din activitatea de aprovizionare cu materii prime, materiale, energie, precum și din utilizarea anumitor servicii prestate de către terți pentru firma noastră reprezintă de fapt un credit pe care aceștia îl acordă firmei.

Faptul cel mai important referitor la aceste conturi de furnizori este că ele reprezintă o sursă permanentă de fonduri pentru care nu se plătește dobândă, deoarece pe măsură ce facturile furnizorilor sunt plătite, alte achiziții pot fi finanțate.

Dacă, spre exemplu, firma nu își achită datoriile, furnizorii vor refuza livrarea altor mărfuri și în această situație vom fi nevoiți să plătim în numerar, sau să găsim o altă cale de finanțare a stocurilor.

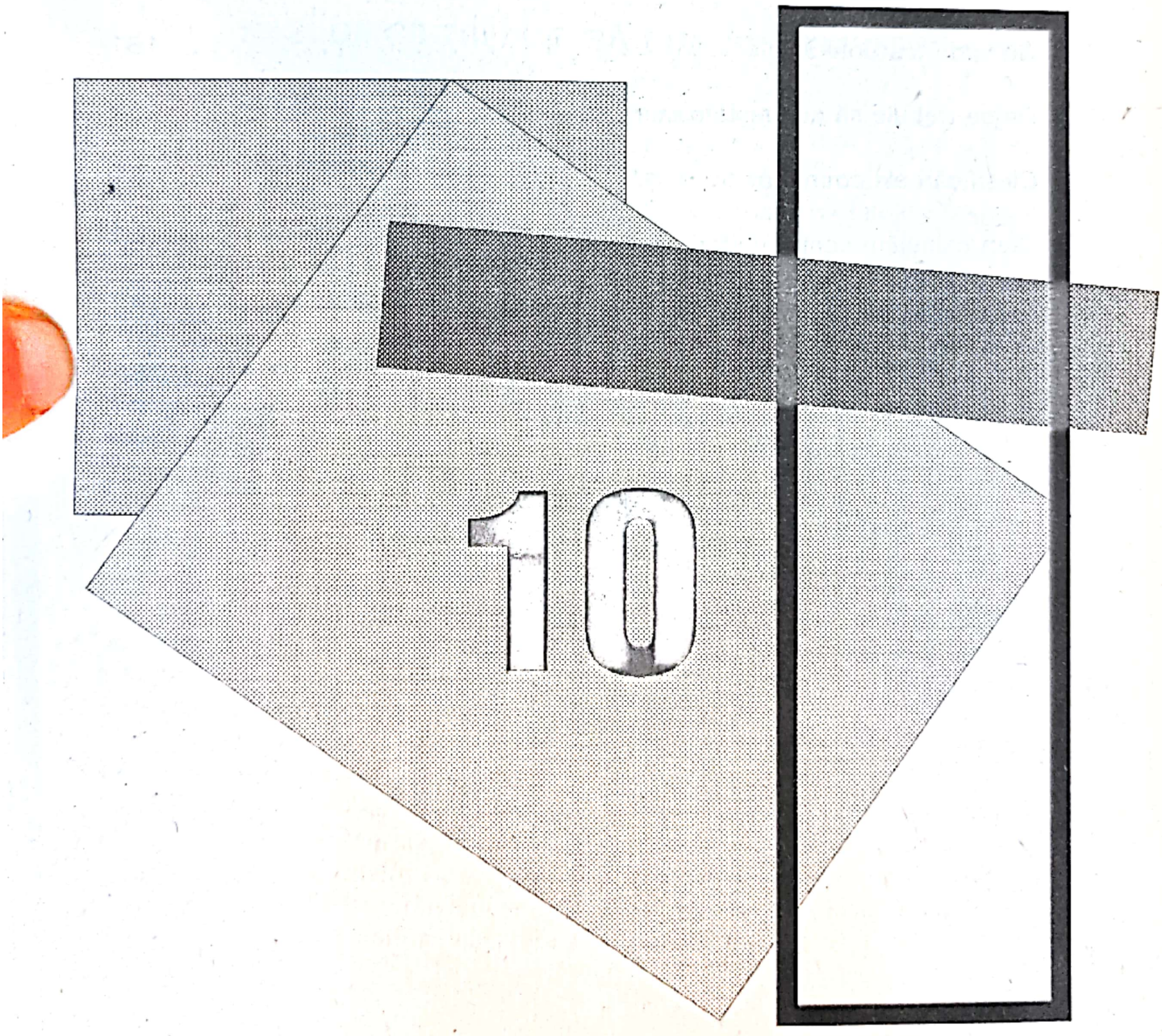
În analiza creditorilor o relație importantă este cea între mărimea facturilor de plată și cea a stocurilor.

Viteza de rotație a stocurilor se referă la durata medie de timp necesară unei firme pentru a-și vinde în întregime stocurile. Deoarece perioada scadentă a facturilor este de regulă mai scurtă decât viteza de rotație a stocurilor (în cazul în care scăderea stocurilor nu atrage după sine o scădere a facturilor de plată) trebuie căutată cauza necorelării.

În analiza debitorilor și creditorilor o importanță deosebită trebuie acordată comparației cu alte firme din același domeniu de activitate.

Scanned with OKEN Scanner

CALCULAȚIA COSTURILOR



Scanned with OKEN Scanner

10.1. Ce sunt costurile ? 161

10.2. De ce trebuie să cunoaștem costurile ? 161

10.3. Clasificări ale costurilor 161

10.4. Cum calculăm costul unitar al unui produs ? 162

10.5. Calculul repartizării cheltuielilor indirecte pe mai multe produse . . 165

10.6. Stabilirea prețurilor 166

Scanned with OKEN Scanner

10.1. CE SUNT COSTURILE ?

Producerea bunurilor materiale, comercializarea de mărfuri, precum și prestările de servicii implică consumarea anumitor resurse umane, materiale și bănești.

Aceste consumuri sunt în ultimă instanță generatoare de *cheltuieli* sub diferite forme și mărimi.

Toate aceste cheltuieli, localizate pe produse sau servicii devin *costuri* de realizare a acestora. Deci, prin costuri înțelegem totalitatea cheltuielilor efectuate de o firmă în vederea realizării de produse sau prestării de servicii, exprimate în formă bănească.

10.2. DE CE TREBUIE SĂ CUNOAȘTEM COSTURILE ?

Principalele motive pentru care un întreprinzător trebuie să cunoască costurile pe care le incumbă activitatea sa sunt:

- posibilitatea stabilirii unor prețuri corecte pentru produsele sale, ajutându-l să estimeze profitul ce-l realizează pe fiecare produs;
- cunoașterea fiecărui cost implicat de afacerea pe care o conduce, a mărimii acestor costuri, putând lua decizii în cunoștință de cauză, privind reducerea acestora;
- posibilitatea evaluării efectelor măsurilor luate/preconizate de manager asupra costurilor;
- furnizează informații importante privind căile de creștere a eficienței firmei.

10.3. CLASIFICĂRI ALE COSTURILOR

Dată fiind importanța costurilor, s-au făcut numeroase clasificări ale acestora în funcție de diferite criterii. Pentru că unele dintre aceste clasificări pot să ajute un întreprinzător să înțeleagă mai bine noțiunea de costuri, vă propunem câteva, fără a insista asupra lor:

a) totalitatea cheltuielilor aferente producției marfă se pot divide în următoarele elemente primare:

- cheltuieli materiale (materii prime, materiale, combustibil, energie, apă, amortizarea mijloacelor fixe, ș.a.)
- cheltuieli cu munca vie [salarii brute, contribuții pentru asigurări sociale (C.A.S.), contribuția la crearea fondului de salarii și ajutorare a șomerilor, ș.a.].

Scanned with OKEN Scanner

b) o altă clasificare se poate face în funcție de posibilitatea localizării lor pe produse, pe activități, pentru administrarea generală a firmei, adică pe articole de calculație:

- materiale (materii prime, materiale inclusiv cheltuielile de transport-aprovizionare aferente)
- manopera directă
- semifabricate
- cheltuieli cu întreținerea și funcționarea utilajului
- cheltuieli ale secției
- cheltuieli generale ale firmei

c) după modul de individualizare pe obiecte de calculație:

- cheltuieli directe
- cheltuieli indirecte

d) după momentul efectuării:

- cheltuieli curente
- cheltuieli anticipate (efectuate în perioada curentă pentru producția perioadelor următoare)
- cheltuieli preliminate (rezerve pentru cheltuieli viitoare).

10.4. CUM CALCULĂM COSTUL UNITAR AL UNUI PRODUS ?

Informațiile necesare pentru calculația costurilor se găsesc în contabilitatea firmei, în documente precum facturi, state de plată, fișe de magazie, bonuri de consum, ș.a.

Înainte de a calcula costul unui produs, trebuie să cunoașteți costurile totale ale producției fabricate într-o anumită perioadă.

Costurile totale se pot împărți în costuri directe și costuri indirecte.

Prin costuri directe se înțeleg costurile cu materialele care se regăsesc în produs, salariile brute ale muncitorilor direct productivi, C.A.S.-ul și celelalte taxe aferente acestor salarii. Aceste costuri se pot identifica direct pe produs sau grupe de produse.

Costurile indirecte sunt toate celelalte costuri necesare funcționării firmei: cheltuielile cu întreținerea și funcționarea utilajului, utilitățile consumate pentru alte scopuri decât realizarea producției, cheltuielile de birou, cheltuielile de desfacere, salariile plătite restului personalului neimplicat în procesul productiv, dobânzi la credite, ș.a.

Această împărțire a costurilor este valabilă pentru orice tip de afacere, indiferent de domeniul de activitate. În schimb ponderea acestora în totalul costurilor diferă sensibil în funcție de tipul afacerii.

Pentru a exemplifica modul de calcul al costului unui produs, să urmărim cum își face firma CRANK S.R.L. calculul cheltuielilor ocazionate de producerea unei pâini (la nivelul de prețuri al anului 1992):

Scanned with OKEN Scanner

COSTURILE DIRECTE

1. *Materii prime*

Pentru calculul materiilor prime necesare producerii unei pâini se adună toate cheltuielile cu materiile prime; acestea trebuie să includă și eventualele pierderi și perisabilități, precum și cheltuielile de transport.

MATERII PRIME

DENUMIRE	CANTITATE	COST UNITAR	VALOARE
Făină	0,400 kg	50 lei /kg	20,00 lei
Drojdie	0,010 kg	200 lei/kg	2,00 lei
Sare	0,010 kg	30 lei/kg	0,30 lei
Apă	0,001 m^3	60 lei/m^3	0,06 lei
Vitamine	0,005 kg	1000 lei/kg	5,00 lei
TOTAL CONSUM		**X**	**27,36 lei**

2. *Manopera directă*

Pentru calculul manoperei directe este necesar să privim statul de salarii:

a) Să presupunem că firma are 6 muncitori direct implicați în procesul de producție, plătiți conform statelor cu suma de 15.000 lei/lună fiecare, în care s-au inclus și C.A.S.-ul și ajutorul de șomaj.

6 muncitori x 15.000 = 90.000 lei/lună

b) Se calculează salariile directe plătite într-un an astfel:

90.000 x 12 luni = 1.080.000 lei/an

c) Se calculează numărul de ore lucrătoare într-un an astfel:

47 săpt x 40 h x 6 muncitori = 11.280 ore

d) Se calculează costul unei ore directe de muncă (manopera directă):

1.080.000 / 11.280 = 96 lei /ora

e) Se estimează la 0,01 ore necesarul de timp pentru fabricarea unei pâini, deci:

0,01 ore x 96 lei/ora = **1 leu** care reprezintă manopera directă pe produs.

Scanned with OKEN Scanner

Acum se pot calcula costurile directe pe produs :

Materiale directe	27,36 lei
Manopera directă	1,00 lei
TOTAL COSTURI DIRECTE	**28,36 lei**

COSTURILE INDIRECTE

Pe lângă aceste costuri, brutăria trebuie să suporte și alte costuri cum ar fi: întreținerea și funcționarea utilajului, chiria pentru localul fabricii, precum și utilitățile aferente, cheltuielile de birou, de desfacere, dobânzile la credite, etc.

Să presupunem că în anul precedent aceste costuri au fost următoarele:

Costurile indirecte ale anului precedent (lei):	
Chiria localului	120.000
Utilități	80.000
Întreținerea utilajului	24.000
Salariile restului personalului	40.000
Cheltuieli de desfacere	50.000
Dobânzi la creditele bancare	10.000
TOTAL COSTURI INDIRECTE	324.000 lei

Pentru situații inflaționiste, aceste costuri trebuie înmulțite cu rata inflației. Să presupunem că aceasta ar fi de 50% pentru anul curent (luat din statisticile guvernamentale):

324.000 x 150% =486.000 lei

Această sumă trebuie recuperată prin afectarea costurilor. Aceasta se realizează ușor în situația unui singur produs, prin divizarea ei la numărul de produse estimat a fi realizat în anul curent, ținând seama de mai mulți factori cum ar fi: capacitatea liniei de fabricație, piața de materii prime, piața de produse finite, ș.a.

Să presupunem că pentru acest an estimăm o producție de 500.000 de pâini. Aceasta va implica costuri indirecte pe bucata de pâine de:

486.000/500.000 = 0,95 lei/buc

COSTUL UNITAR AL PRODUSULUI

Acum putem calcula costul de realizare al pâinii:

Costuri directe	28,36 lei
Costuri indirecte	0,95 lei
TOTAL COST/BUC	29,31 lei

Pentru a scoate în evidență importanța costurilor indirecte, să presupunem că în loc să se realizeze 500.000 pâini în anul curent, se realizează doar 100.000 buc.

Costurile indirecte vor arăta acum astfel:

486.000 / 100.000 = 4,86 lei/buc

Scanned with OKEN Scanner

ceea ce se va reflecta în costul total al produsului :

28,36 + 4,86 = 33,22 lei/buc.

Se observă că în această situație, când brutăria nu produce la capacitatea sa, costul produsului va fi mai ridicat decât în primul caz. Aceasta va conduce fie la scăderea profitului/buc, fie la intrarea în pierdere cu produsul, fie la o creștere a prețului de vânzare, ceea ce de asemenea va avea o influență negativă asupra volumului desfacerii produsului.

De aici, necesitatea "stăpânirii" cheltuielilor indirecte și menținerea acelui nivel de fabricație care să nu conducă la pierderi sau scumpiri ale produsului - respectiv la micșorarea șanselor de competitivitate ale întreprinderii.

10.5. CALCULUL REPARTIZĂRII CHELTUIELILOR INDIRECTE PE MAI MULTE PRODUSE

Să presupunem că în loc de un singur produs, brutăria din exemplul nostru oferă mai multe produse.

În acest caz este necesară împărțirea cheltuielilor indirecte pe mai multe produse. Pentru realizarea acestei operații este nevoie de un criteriu.

Pentru repartizarea cheltuielilor indirecte se folosesc diverse "chei de repartizare" cum ar fi:

- numărul de ore necesar realizării produselor;
- manopera directă pe produs;
- volumul sau suprafețele locurilor de muncă unde se realizează diversele produse;
- valoarea mijloacelor fixe utilizate la realizarea produselor ș.a.

Dintre toate aceste metode, cea mai utilizată în firmele mici este metoda repartizării pe baza manoperei directe pe produs, pe care o aplicăm și noi în exemplul de mai jos:

a) Se calculează costurile indirecte pe ora de muncă, prin împărțirea totalului costurilor indirecte la numărul de ore ale muncitorilor direcți:

486.000/11.280 = 43 lei/ora

b) Costul indirect pentru orice produs se poate calcula prin înmulțirea numărului de ore necesar producerii unui obiect, cu costurile indirecte orare; de exemplu în cazul pâinii :

0,01 x 43 lei/h = 0,43 lei/buc

10.6. STABILIREA PREȚURILOR

Cunoscând costurile totale pe care le implică produsul (produsele) firmei, putem trece la stabilirea prețului cu care acestea vor fi livrate clienților.

Scanned with OKEN Scanner

Desigur, la stabilirea prețului trebuie să se țină cont și de alte elemente, cum ar fi:

- prețurile practicate de concurență;
- mărimea prețului pe care cumpărătorul este pregătit să-l plătească pentru produs;
- compararea cu prețurile practicate la produsele similare fabricate.

Din cele prezentate anterior, ne amintim că producătorul trebuie să-și acopere costurile totale (directe și indirecte), precum și să obțină un profit de 20%:

Costuri totale	29,31 lei
Profit 20%	5,89 lei
Preț de vânzare	35,20 lei

Se observă că aceasta nu înseamnă că 20% din vânzări revin brutarului ca profit. Acesta este de 16,7% (calculat ca raport între 5,89/35,20) și se numește marjă de profit.

Prețul pe care l-am calculat reprezintă de fapt prețul la care se dorește vânzarea produsului.

Cum pâine de aceeași calitate se vinde cu 30 lei, brutarul nostru nu se află într-o poziție prea bună. De aceea el trebuie să scadă prețul produsului pentru a-l alinia pe acesta la nivelul pieței.

Dacă privim structura costurilor, observăm că pâinea sa este vitaminizată, ceea ce lipsește producătorilor concurenți.

El va trebui să scoată în evidență această calitate (performanța) pe care alți furnizori nu o prezintă, să facă o promovare adecvată în sensul de a lămuri ce calități în plus oferă produsul său față de cele ale concurenței și care justifică prețul de vânzare mai ridicat.

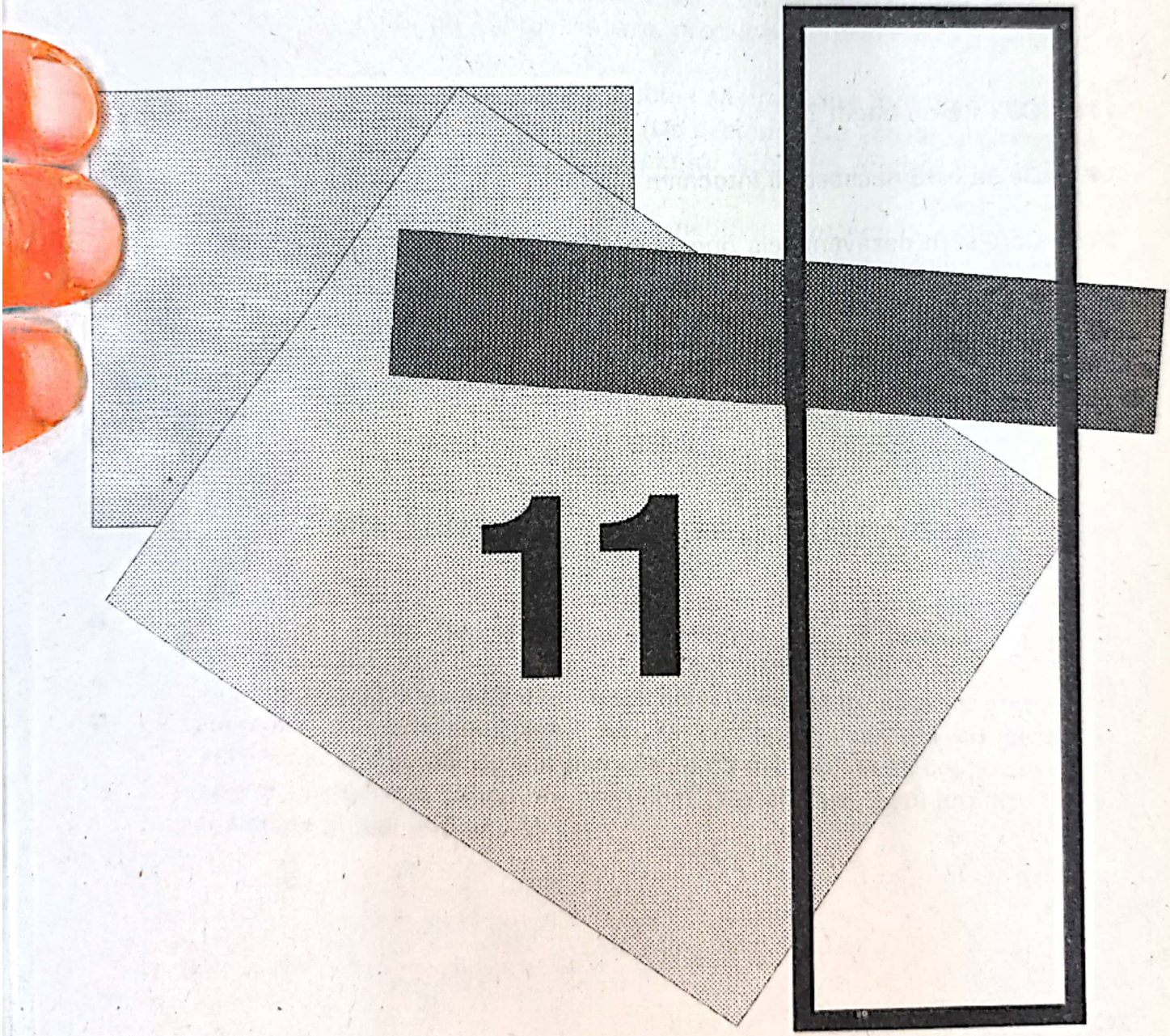
În caz contrar, trebuie să aleagă o altă strategie, fie să renunțe la vitamine, fie să-și micșoreze cheltuielile de fabricație pentru a se alinia prețului pieței. Altfel produsul său riscă să piardă competiția pe piață.

Încercați să vedeți la ce preț se va putea vinde pâinea în această situație.

Desigur această abordare a stabilirii prețului în funcție de costuri nu este unică, existând și alte modalități de a stabili prețul unui produs.

Scanned with OKEN Scanner

ELABORAREA BUGETELOR



Scanned with OKEN Scanner

11.1. Ce este un buget ? 169

11.2. De ce este necesar să întocmim bugete ? 169

11.3. Care sunt dezavantajele bugetelor ? 169

11.4. Cum întocmim un buget ? 170

11.5. Concluzii 184

Scanned with OKEN Scanner

11.1. CE ESTE UN BUGET ?

Bugetul poate fi definit ca expresia cantitativă a obiectivelor pe care o firmă și-a propus să le atingă într-o perioadă de timp determinată, de regulă un an.

11.2. DE CE ESTE NECESAR SĂ ÎNTOCMIM BUGETE ?

Necesitatea întocmirii bugetelor rezultă din **avantajele** pe care acestea le oferă:

- Conducerea firmei are posibilitatea coordonării tuturor funcțiilor îndeplinite de firmă - aprovizionare, producție, desfacere, administrare etc.
- Indică parametrii pe care firma trebuie să-i realizeze în timp pentru a-și putea atinge obiectivele propuse. (De exemplu: Ce vânzări va trebui să aibă firma în trimestrul următor pentru a obține profitul prevăzut la finele trimestrului?)
- Asigură informațiile necesare fundamentării unor acțiuni viitoare. (De exemplu: Vânzările din anul viitor vor asigura profitul necesar pentru achiziționarea utilajelor dorite?)
- Permit compararea performanțelor firmei cu obiectivele propuse.
- Expesia cifrică a acțiunilor viitoare permite anticiparea unor greutăți ce vor fi întâmpinate, putându-se lua măsuri de contracarare a acestora din timp.

11.3. CARE SUNT DEZAVANTAJELE BUGETELOR ?

Problemele care pot apare în utilizarea bugetelor sunt următoarele:

- Riscul de a se "bloca" activitatea firmei pe un singur plan de acțiune(scenariu);
- Reacția negativă a salariaților, dacă obiectivele fixate sunt nerealiste;
- Pericolul pierderii controlului asupra costurilor, datorită concepției salariaților și a șefilor de compartimente că dacă în cursul anului curent se vor cheltui mai puține resurse decât cele alocate, anul următor vor fi alocate și mai puține.

Scanned with OKEN Scanner

11.4. CUM ÎNTOCMIM UN BUGET ?

Întocmirea bugetelor se face de regulă pentru o perioadă de 1 an cu defalcare trimestrială și lunară.

Există două modalități de întocmire a bugetelor:

- Elaborarea centralizată - în care se pornește de la obiectivul nr. 1 - vânzările firmei - care se defalcă apoi până la nivelul fiecărui compartiment și secție, stabilindu-se obiectivele pe care acestea trebuie să le realizeze.
- Elaborarea descentralizată - în care se pornește de la bugetul propriu al fiecărui compartiment și se construiește bugetul general al firmei.

În condițiile concrete ale unei firme mici, metoda care se recomandă este cea centralizată, dar întocmirea bugetelor se va face întotdeauna cu consultarea șefilor tuturor locurilor de muncă.

Bugetele sunt necesare tuturor firmelor, indiferent de domeniul și de mărimea activității.

Întocmirea bugetelor se face de regulă într-o anumită ordine, dictată de logică.

Bugetul vânzărilor
- Bugetul producției
  - Bugetul aprovizionării cu materiale directe
  - Bugetul consumului de materiale directe
  - Bugetul manoperei directe

=>
- Bugetul de numerar
- Contul de profit și pierderi
- Bilanțul previzional

- Bugetul cheltuielilor indirecte
- Bugetul stocurilor de produse finite
- Bugetul produselor finite vândute
- Bugetul cheltuielilor de desfacere
- Bugetul cheltuielilor administrative

Se observă astfel că din Bugetul de vânzări derivă bugetul producției, al cheltuielilor indirecte, al stocurilor de produse finite vândute, al cheltuielilor de desfacere și al celor administrative.

La rândul său, bugetul producției stă la baza întocmirii bugetelor consumului de materiale, al aprovizionării cu materiale, al manoperei directe.

Toate aceste bugete amintite până acum concură la întocmirea celor trei situații financiare de bază, respectiv:

- Bugetul de numerar
- Contul de profit și pierderi
- Bilanțul previzional.

Pentru exemplificare, să considerăm că bilanțul firmei "SELENA"S.R.L. la data de 1 ianuarie 199X precum și informațiile necesare întocmirii bugetului pe trimestrul I al anului 199X sunt următoarele:

Scanned with OKEN Scanner

SELENA-SRL

BILANȚ CONTABIL LA DATA DE 1 ianuarie 199X

ACTIV

		- mii lei -
DISPONIBIL BĂNESC ÎN CONT ȘI CASSA		21000
CLIENȚI		214000
MATERIALE		13000
PRODUSE FINITE		41500
TOTAL ACTIVE CURENTE		289500
ECHIPAMENTE	110000	
MINUS AMORTIZAREA	15300	94700
CLĂDIRI	450000	
MINUS AMORTIZAREA	25300	424700
TOTAL ACTIVE FIXE		819400
TOTAL ACTIV		**1108900**

PASIV

FURNIZORI DE PLATĂ	312500
CAPITAL SOCIAL	500000
PROFIT NEREPARTIZAT	296400
TOTAL OBLIGAȚII ȘI CAPITAL PROPRIU	**1108900**

A) Vânzări previzionate

	cantități	preț
ian.	930	150
febr.	1500	150
mar.	670	150
trim. I	3100	150

B) Cheltuieli variabile

comision	5%
deplasări	3%
reclamă	7%

Scanned with OKEN Scanner

C) Cheltuieli fixe lunare

materiale indirecte	2000
manopera indirectă	900
întreținere utilaje	1200
energie termică	300
energie electrică	200
asigurări	270
amortizare	1350
taxe	600
salarii personal desfacere	1400
salarii conducere	2000
cheltuieli administrative	1500
cheltuieli desfacere	1300

D) Stocuri finele lunii(unit.)

1 ianuarie	950
31 ianuarie	900
28 februarie	980
31 martie	1100

E) Alte date necesare

preț de vânzare	150
costul materialelor/unitate	25
aprovizionări decembrie	25750
stocuri materiale directe finele lunii(unit)	30%
producția preliminată aprilie	600
ore manoperă directă/unitate	3

Scanned with OKEN Scanner

materiale directe/unitate	1
cost manoperă	2.25
impozit pe profit	50%

F) Cheltuieli generale repart. pe ora de manoperă directă

manopera indirectă	0.20
întreținere	0.30
energie	0.55
taxe, contribuții aferente salariilor	0.10

Să vedem cum se pot întocmi bugetele firmei din exemplul luat, folosind datele generale de bilanț.

1) BUGETUL VÂNZĂRILOR

Bugetul vânzărilor se realizează pe baza unor previziuni ale vânzărilor, întocmite de firmă.

Transformarea acestor previziuni cantitative în lei se face prin formula:

Vânzări(nr. unități) x preț unitar

TABEL 1

	ian.	febr.	mar.	trim.I
Nr. unități (v.pct.A.)	930	1500	670	3100
Preț unitar(v.pct.A.)	150	150	150	150
Valoare	139500	225000	100500	465000

2) BUGETUL PRODUCȚIEI

Bugetul producției poate fi realizat cu ajutorul bugetului vânzărilor și cu datele privind stocurile estimate. Formula utilizată este, în acest caz:
vânzări(buc) + stocurile dorite la sfârșitul perioadei(buc) - stocul inițial (buc.)

Scanned with OKEN Scanner

TABEL 2

	ian.	febr.	mar.	trim.I
1. Vânzări (v.pct.A.)	930	1500	670	3100
2. Plus stoc final(v.pct.D.)	900	980	1100	1100
3. Subtotal (1 + 2)	1830	2480	1770	4200
4. Minus stoc inițial (v.pct.D.)	950	900	980	950
5. Producție necesară (3-4)	880	1580	790	3250

3) BUGETUL APROVIZIONĂRII CU MATERIALE

Aprovizionarea necesară este în funcție de producția fiecărei perioade și de nivelul stocurilor final și inițial al fiecărei luni. Formula utilizată în acest caz este:

necesar de aprovizionat = producția + stoc final - stoc inițial
costul materialelor de aprovizionat = necesar de aprovizionat x cost de achiziționare

TABEL 3

	ian.	febr.	mar.	trim.I
Producția necesară 3250	880	1580	790	790
Plus stoc final (*)	474	237	180 (***)	180
Subtotal	1354	1817	970	3430
Minus stoc inițial (**)	264	474	237	264
Aprovizionări necesare	1090	1343	733	3166
Cost unitar	25	25	25	25
Costul aprovizionărilor	27250	33575	18235	79150

(*) 30% din producția lunii viitoare.
(**) 30% din producția lunii curente.
(***) 600 (aprilie) x 30% = 180.

4) BUGETUL CONSUMULUI DE MATERIALE DIRECTE

Formula utilizată pentru determinarea consumului de materiale directe este:

materiale directe necesare(buc) x cost unitar al materialelor directe

Scanned with OKEN Scanner

TABEL 4

	ian.	febr.	mar.	trim.I
Materiale directe(unit) (*)	880	1580	790	3250
Cost unitar mater. dir.	25	25	25	25
Cost consum mater. dir	220000	39500	19750	81250

(*) O unitate de material direct este folosită pentru realizarea unei unități de produs finit. (Vezi Tabelul 2.)

5) BUGETUL CONSUMULUI DE MANOPERĂ DIRECTĂ

Consumul de manoperă directă este de regulă calculat de către ingineri sau normatori. Consumul de manoperă indirectă se include în bugetul cheltuielilor generale ale firmei.

Formula utilizată pentru calculul manoperei directe este:

producția necesară x manopera directă pe produs x costul orei de manoperă directă

TABEL 5

	ian.	febr.	mar.	trim.I
Producție necesară	880	1580	790	3250
Ore manoperă directă (v.pct.E.)	3	3	3	3
Ore totale manoperă dir.	32640	4740	2370	9750
Costul orei de manoperă dir.	2.25	2.25	2.25	2.25
Cost manoperă directă (v.pct.E.)	5940	10665	5332.5	21937.5

6) BUGETUL CHELTUIELILOR GENERALE ALE FIRMEI

Cheltuielile generale ale firmei sunt diferențiate pe costuri fixe și costuri variabile.

Costurile fixe se iau în calcul în valoare absolută, iar cele variabile se exprimă ca procente și se calculează în raport de orele de manoperă directă.

Formula utilizată pentru acest calcul este:

costuri fixe pe tipuri + (ore de manoperă directă x costuri variabile exprimate în %)

De regulă, costurile generale se calculează în mai multe variante, în funcție de volumul de producție.

Scanned with OKEN Scanner

TABEL 6.1

Cost manoperă directă luna Ian. = 2640	Costuri fixe	Costuri variabile	Costuri totale
Tipul cheltuielii			
Materiale indirecte	2000		2000
Manopera indirectă	900	528(*)	1428
Întreținerea utilajelor	1200	792	1992
Energia termică	300		300
Energia electrică	200	1452	1652
Asigurări	270		270
Amortizări	1350		1350
Taxe	600		600
Impozite,contribuții aferente salariilor		264	264
TOTAL	6820	3036	9856

(*) 2640 x 20% = 528; 2640 x 30% = 792 ...

TABEL 6.2

Cost manoperă directă luna Feb. = 4740	Costuri Fixe	Costuri Variabile	Costuri Totale
Tipul cheltuielii			
Materiale indirecte	2000		2000
Manopera indirectă	900	948	1848
Întreținerea utilajelor	1200	1422	2622
Energia termică	300		300
Energia electrică	200	2607	2807
Asigurări	270		270
Amortizări	1350		1350
Taxe	600		600
Impozite, contribuții aferente salariilor	0	474	474
TOTAL	6820	5451	12271

Scanned with OKEN Scanner

TABEL 6.3

Cost manoperă directă luna Mar. = 2370	Fixe	Variabile	Totale
Tipul cheltuielii			
Materiale indirecte	2000		2000
Manopera indirectă	900	474	1374
Întreținerea utilajelor	1200	711	1911
Energia termică	300		300
Energia electrică	200	1303.5	1503.5
Asigurări	270		270
Amortizări	1350		1350
Taxe	600		600
Impozite, contribuții aferente salariilor	0	237	237
TOTAL	68200	2725.5	9545.5

7) BUGETUL STOCURILOR FINALE

Bugetul stocurilor finale se calculează după cum urmează:

stoc final(unit) x cost unitar standard

TABEL 7

LUNA	Stoc final	Cost unitar	Cost total
ian.	900	42	37800
febr.	980	42	41160
mar.	1100	42	46200
TOTAL	2980		125160

Costul standard unitar pentru produsele finite este media costurilor totale de producție pentru o unitate de produs, calculat astfel:

$$\frac{\text{materiale directe + manoperă directă + cheltuieli generale firmă}}{\text{volum producție}}$$

ceea ce pentru cazul nostru este:

$$\frac{81250\ (\text{Tab.4}) + 21937{,}5\ (\text{Tab.5}) + 31672{,}5\ (\text{Tab.6})}{880 + 1580 = 790} = 41{,}495 = 41{,}5$$

Scanned with OKEN Scanner

8) BUGETUL PRODUCȚIEI VÂNDUTE

Componentele acestui buget sunt date din bugetele anterioare. Formula utilizată în acest caz este:

stoc inițial (Tab.2) x cost standard unitar al producției finite (Tab.7)

TABEL 8	ian.	feb.	mar.	trim.I
Materiale directe (Tab.4)	22000	39500	19750	81250
Manopera directă (Tab.5)	5940	10665	5332.5	21937.5
Cheltuieli generale (Tab.6)	9856	12271	9545.5	31672.5
Costuri totale de producție	37796	62436	34628	134860
Plus stoc inițial prod. finite (*)	39900	37800	41160	39900
Subtotal	77696	100236	75788	174760
Minus stoc final prod. finite (**)	37800	41160	46200	46200
COSTUL PROD. FINITE VÂNDUTE	39896	59076	29588	128560

9) BUGETUL CHELTUIELILOR DE DESFACERE

Acest buget este defalcat de regulă în funcție de componentele sale fixe și variabile.

Formula utilizată în acest caz este:

costuri fixe pe tipuri + (vânzări x cheltuieli variabile exprimate în %)

TABEL 9

CHELTUIELILE DE DESFACERE	Costuri fixe	Costuri variabile	Costuri totale
Ianuarie - salarii	1400		1400
- comisioane		6975 (*)	6975
- deplasări		4185 (**)	4185
- reclamă		9765	9765
- chelt. de desfacere	1300		1300
Total	2700	20925	23625

(*) 5% x 139500 = 6975
(**) 3% x 139500 = 4185

Scanned with OKEN Scanner

Februarie	- salarii	1400		1400
	- comisioane		11250	11250
	- deplasări		6750	6750
	- reclamă		15750	15750
	- cheltuieli desfacere	1300		1300
	Total	2700	33750	36450
Martie	- salarii	1400		1400
	- comisioane		5025	5025
	- deplasări		3015	3015
	- reclamă		7035	7035
	- cheltuieli desfacere	1300		1300
	Total	2700	15075	17775

10) BUGETUL CHELTUIELILOR ADMINISTRATIVE

Cheltuielile administrative sunt în general fixe, deci bugetul o dată alcătuit poate fi utilizat lunar.

TABEL 10

CHELTUIELILE ADMINISTRATIVE	2000
Salariile conducerii	1500
Alte cheltuieli administrative	3500

11) CONTUL DE PROFIT ȘI PIERDERI

Rezultatul final al operațiilor prevăzute în bugete trebuie să se reflecte în contul de profit și pierderi al firmei, care va trebui să arate la finele perioadei bugetate astfel:

TABEL 11

CONTUL DE PROFIT/PIERDERI	ian.	febr.	mar.	trim. I
Vânzări (Tab.1)	139500	225000	100500	46500
Costul producției vândute (Tab.8)	39896	59076	29588	12856
VENIT BRUT	99604	165924	70912	33644

Scanned with OKEN Scanner

Cheltuieli operaționale (*)				
Cheltuieli de desfacere (Tab.9)	23625	36450	17775	77850
Cheltuieli administrative (Tab.10)	3500	3500	3500	10500
Total cheltuieli operaționale	27125	39950	21275	88350
PROFIT BRUT	72479	125974	49637	248090
IMPOZIT(45%)	36239.5	62987	24818.5	124045
PROFIT NET	36239.5	62987	24818.5	124045

(*) Prin cheltuieli operaționale înțelegem acele cheltuieli care nu se regăsesc direct în economia produsului.

12) BUGETUL DE NUMERAR

Bugetul de numerar este util pentru cunoașterea balanței numerarului unei firme și pentru ținerea acestei balanțe echilibrată, astfel încât să se poată face față necesarului permanent de numerar.

Pentru pregătirea unui buget de numerar este necesară cunoașterea următoarelor date: soldul inițial al numerarului, încasările de numerar și cheltuielile în numerar pe perioada bugetată.

Estimarea colectării numerarului din facturile pentru marfa vândută se face pe baza experienței firmei.

Pentru firma SELENA să presupunem că s-a constatat că 10% din livrările pe credit se încasează în aceeași lună, 85% din încasări provin din livrările lunii precedente, iar 5% se încasează după două luni.

TABEL 12

	dec.	ian.	febr.	mar.
Total vânzări	153000	315000	388500	445200
Vânzări pe numerar	5300	4500	8000	3500
	147700	310500	380500	441700

ÎNCASĂRI ÎN NUMERAR

Luna		Vânzări pe credit	ian.	febr.	mar.
Decembrie		147700			
	0.85		125545		
	0.05			7385	

Scanned with OKEN Scanner

Ianuarie		135000		
	0.1		13500	
	0.85			114750
	0.05			6750
Februarie		217000		
	0.1		21700	
	0.85			184450
Martie		97000		
	0.1			9700
TOTAL			139045	143835	200900

Cheltuielile de numerar se fac pentru achiziționarea materialelor. Presupunem că plata se face 60% în luna cumpărării și 40% în luna următoare.

TABEL 13

	Achiziții	Cheltuieli de numerar		
Lună	Valoare	ian.	febr.	mar.
Decembrie	25750			
	0.4	10300		
Ianuarie	27250			
	0.6	16350		
	0.4		10900	
Februarie	33575			
	0.6		20145	
	0.4			13430
Martie	18325			
	0.6			10995
TOTAL		26650	31045	24425

Pentru întocmirea bugetului de numerar sunt necesare soldul inițial al numerarului, cheltuielile în numerar, încasările în numerar și apoi se introduc în formula:

sold final = sold inițial + încasări - cheltuieli

Scanned with OKEN Scanner

TABEL 14

BUGETUL DE NUMERAR	ian.	febr.	mar.	trim. I
Soldul inițial	10700	49785	46051.5	10700
ÎNCASĂRI DE NUMERAR				
Încasări din facturi	139045	143835	200900	483780
Încasări în numerar	4500	8000	3500	16000
Încasări totale în numerar	143545	151835	204400	499780
NUMERAR DISPONIBIL	154245	201620	250451.5	510480
CHELTUIELI DE NUMERAR				
Materiale directe	26650	31045	24425	82100
Manopera directă	5940	10665	5333	21900
Cheltuieli generale	8506 (*)	10921	8195.5	27622.5
Cheltuieli de desfacere	23625	36450	17775	77850
Cheltuieli administrative	3500	3500	3500	10500
Impozit pe profit	36239.5	62987	24818.5	124045
Cheltuieli de numerar	104460.5	155568	84046.5	344075
SOLD FINAL	49784.5	46051.5	166405	166405

(*) 9856 - 1350 (amortizare)
= 8506
12271 - 1350 = 10921
9545,5 - 1350 = 8195,5
Bilanțul prevăzut la finele trim. I 199X se întocmește ținând cont de egalitatea :

ACTIV = PASIV (CAPITAL PROPRIU + CAPITAL ATRAS)

TABEL 15

SELENA - SRL
BILANȚ LA DATA DE 31 martie 199X

ACTIV

Active curente	
Numerar	166405
Facturi de încasat (a)	98150
Materiale (b)	4500
Produse finite (c)	46200
Total	315255

Scanned with OKEN Scanner

Active fixe	75000	
Echipamente	9570	65430
Minus amortizare (d)		
Clădiri	800000	
Minus amortizare (e)	50080	749920
Total		815350
Total activ		1130605
PASIV		
Furnizori de plată (f)		7330
Capital social		900000
Profit nerepartizat (g)		223275
Total pasiv		1130605

Alăturat prezentăm unele comentarii la pozițiile trecute în bilanț.

(a) = 5% din vânzările lunii februarie (217000) + 90% din vânzările lunii martie (97000) (Vezi Tab.12).

(b) stoc materiale inițial (ian. - Tab.3)	264
+ cumpărări trim.I (buc.)	3166
materiale disponibile pt.producție	3430
- prod.trim.I (Tab.2)	3250
materiale stoc final (Tab.3)	180 x
cost unitar	25
cost stocuri materiale	4500
(c) produse finite 31 martie (Tab.2)	1100 x
standard cost/buc (Tab.7)	42
cost produse finite	46200
(d) amortizări echipamente 1 Ian.	7140
+ amortizări trim.I (1350 x 3 x 60%)	2430
Amortizări 31 martie	9570
(e) amortizări clădiri (idem d)	
(f) 40 cumpărări martie (18325 - Tab.13)	7330
(g) profit nerepartizat 1 Ian.	99230
profit nerepartizat trim.I (Tab.11)	124045
Profit nerepartizat 31 martie	223275

Scanned with OKEN Scanner

11.5. CONCLUZII

Întocmirea bugetelor nu este un scop în sine ci un instrument de lucru. Importantă este comparația bugetelor cu realizările efective ale firmei.

Această comparație se face la două nivele:

- la nivelul secțiilor, departamentelor etc. pentru costurile alocate acestora;
- la nivelul conducerii, al patronilor, unde sunt comparate rezultatele înregistrate în contul de profit și pierderi cu cele din bugete și sunt analizate abaterile și cauzele ce le-au generat.

Iată un model de urmărire a realizării bugetelor :

Descrierea costurilor	Luna curentă			Cumulat		
	Buget	Realizat	Abatere	Buget	Realizat	Abatere
1. Materiale directe	880	840	- 40	4000	3600	- 400
2. Manopera directă	5940	6100	+160	36000	39500	+3500
3. Chelt. admin.	3500	3100	- 400	21000	17000	- 4000
. . . . .						

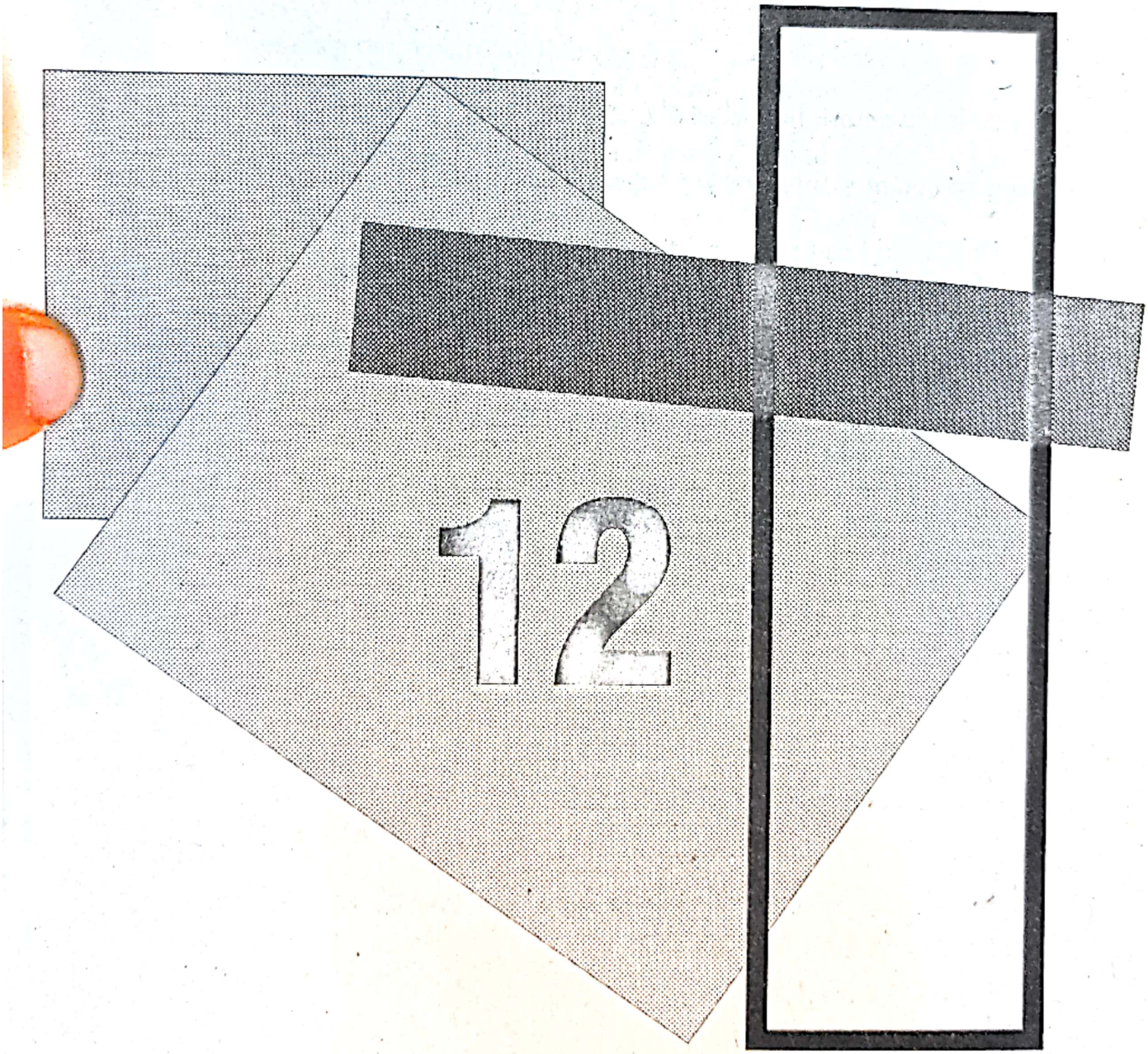
Fiecare poziție de mai sus poate fi detaliată la rândul ei. De exemplu:

- Materiale directe: - scândură, cuie etc.
- Manopera directă: - tâmplari, lăcătuși etc.

În baza concluziilor desprinse din analiza realizării bugetelor se poate realiza un buget realist și care să fie de un real folos întreprinzătorului în urmărirea și perfecționarea activității sale.

Scanned with OKEN Scanner

INDICATORI FINANCIARI



Scanned with OKEN Scanner

12.1. Ce sunt indicatorii financiari ? 187

12.2. Cum calculăm și interpretăm indicatorii financiari? 187

12.2.1. Indicatori de lichiditate 188
12.2.2. Indicatori de profitabilitate 193
12.2.3. Indicatori de activitate 194

12.3. Concluzii 196

Scanned with OKEN Scanner

12.1. CE SUNT INDICATORII FINANCIARI ?

Indicatorii financiari constituie instrumente de analiză ce asigură o mai bună înțelegere a rezultatelor și poziției financiare a unei firme, precum și a modului în care patrimoniul acesteia a fost folosit.

Ei sunt calculați ca rapoarte între diferitele posturi cuprinse în bilanțul contabil și în situația veniturilor, cheltuielilor și rezultatelor (anexa la bilanț).

De exemplu:

Bilanțul firmei "X" arată o creștere a profitului cu 30%. Izolat, aceasta ar părea o situație foarte bună. Dar ce putem spune dacă această creștere a fost obținută într-o perioadă în care rata inflației a fost de 50% ?

Ori dacă pentru a obține acest profit, capitalul permanent al firmei a crescut cu 40%?

În oricare din aceste situații rezultatul nu mai poate fi apreciat ca fiind atât de bun, având în vedere veniturile reale ale firmei obținute din sumele investite.

Deci, pentru a avea o imagine clară a modului în care funcționează o firmă, este necesar să analizăm indicatorii financiari care ne oferă o privire de ansamblu asupra tuturor activităților desfășurate de aceasta.

Indicatorii financiari sunt importanți pentru că:

1. Aceștia permit managerilor să evalueze: poziția financiară a firmei și rezultatele activității sale; viitoare oportunități sau probleme; modul de utilizare a activelor firmei.
2. Permit managerilor să analizeze activitatea firmei și să o compare cu aceea a concurenței.
3. Permit acționarilor, investitorilor, creditorilor, băncilor și altor instituții finanțatoare să verifice modul în care firma își gestionează resursele de care dispune (eficiența acestora).

NOTĂ. Importanța indicatorilor financiari constă nu în calcularea lor, ci în interpretarea acestora, în scopul de a se obține o imagine cât mai completă asupra diferitelor activități ale întreprinderii.

12.2. CUM CALCULĂM ȘI INTERPRETĂM INDICATORII FINANCIARI ?

Cei mai importanți indicatori financiari pot fi grupați în următoarele categorii:

Scanned with OKEN Scanner

- DE LICHIDITATE
- DE PROFITABILITATE
- DE ACTIVITATE (PRIVIND GESTIUNEA ACTIVELOR)

12.2.1. INDICATORI DE LICHIDITATE

Trebuie ca o firmă să fie aptă să-și onoreze creanțele, altfel ea poate fi împinsă spre faliment.

Profitul înscris în situația veniturilor și cheltuielilor nu poate fi totdeauna folosit pentru plata facturilor.

Următorii cinci indicatori arată cât de aptă este o firmă să-și onoreze obligațiile:

1) Rata rapidă a lichidității (sau "testul acid")

Definiție

Acest indicator ia în considerare acele active - mijloace economice - care pot fi transformate repede în bani și este raportul între activele curente minus stocurile (care pot fi transformate în bani într-un timp mai îndelungat) și obligațiile curente.

Formula

$$\text{RATA RAPIDĂ A LICHIDITĂȚII} = \frac{\text{ACTIVE CURENTE - STOCURI}}{\text{OBLIGAȚII CURENTE}} \text{ sau}$$

$$= \frac{\text{ACTIVE FOARTE LICHIDE}}{\text{OBLIGAȚII CURENTE}}$$

Ca regulă generală acest raport poate fi 1:1

Exemplu: "R" SRL este o firmă productivă ale cărei bilanț și situație a veniturilor, cheltuielilor și rezultatelor la 31 Dec.199x arată următoarea situație:

Scanned with OKEN Scanner

BILANȚ la 31 Dec.199x

ACTIVE		PASIVE	
Active curente		Pasive curente	
- Cont la bancă	1000	- Furnizori + creditori	7845
- Casa	3422	- Credite term.scurt	7858
- Stocuri	10614	- Salarii și impozite	5666
- Prod.lucr.serv.fact.	15419		
TOTAL ACTIVE CURENTE	30455	TOTAL PASIVE CURENTE	21369
Active fixe	40786	Credite term.lung	16346
(-) Amortizare	10000		
		Pasive proprii	
TOTAL ACTIVE FIXE	30786	- Capital social	20000
		- Fond rezervă	3526
		TOTAL PASIVE PROPRII	23526
TOTAL ACTIV	61241	TOTAL PASIV	61241

SITUAȚIA VENITURILOR ȘI CHELTUIELILOR la 31 Dec 199x

Venituri totale	57079
Cheltuieli totale	40057
Profit brut	17022
Impozit pe profit	3221
Profit înainte de dividende	13801
Dividende	5900
Profit net	7901

$$\text{Rata rapidă a lichidității (Testul acid)} = \frac{30455 - 10614}{21369} = 0{,}92:1$$

Interpretare

Rata rapidă a lichidității arată că "R" SRL dispune de 0,92 lei resurse în active curente pentru fiecare leu obligație curentă. Aceasta înseamnă un "gol" de 8% în acoperirea obligațiilor curente.

Scanned with OKEN Scanner

Seriozitatea oricărui deficit în active curente este legată de condițiile economice în care se desfășoară activitatea (inflație sau nu) și de activitatea companiei.

Trebuie remarcat că firmele cu activitate comercială, care își rotesc stocurile mai rapid, pot opera în siguranță cu o rată ceva mai mică a lichidității.

2) Rata de recuperare a creanțelor

Definiție

Rata de recuperare a creanțelor măsoară timpul care este necesar pentru recuperarea banilor aferenți facturilor emise și neîncasate.

Nu uitați: O vânzare nu poate fi considerată ca atare până când nu este încasată! Altfel este un cadou.

Formula

$$\text{RATA DE RECUP. A CREANȚELOR} = \frac{\text{FACTURI EMISE ȘI NEÎNCASATE}}{\text{VÂNZĂRI NETE}} \times 365$$

Acest indicator poate fi calculat pentru orice perioadă, dar în mod uzual este semnificativ la intervale de 30, 90 zile și un an.

Rata de recuperare a creanțelor obținută trebuie comparată cu politica de creditare concepută de firmă (perioada între momentul livrării și momentul încasării).

Dacă, de exemplu, politica de creditare a firmei este de 30 de zile și rata de recuperare a creanțelor calculată arată 66 de zile, situația este nefavorabilă și trebuie trecută sub control. Această situație poate, de asemenea, să ascundă cazuri de genul clienților care nu-și achită datoriile pentru că sunt rău platnici sau nu dispun de bani, caz în care firma trebuie să acționeze ferm pentru recuperarea creanțelor.

3) Rata de plată a debitelor

Definiție

Indică perioada de timp necesară plății furnizorilor firmei, pentru bunurile și serviciile primite.

Formula

$$\text{RATA DE PLATĂ A DEBITELOR} = \frac{\text{FURNIZORI + CREDITORI}}{\text{CHELTUIELI DIRECTE}} \times 365 .$$

Scanned with OKEN Scanner

Această rată depinde de condițiile oferite de furnizori și creditori pentru plata serviciilor făcute sau mărfurilor vândute și de îndemânarea cu care vă gestionați banii lichizi.

La fel ca și pentru rata de recuperare a creanțelor, baza de calcul o constituie anul, 30 sau 90 de zile.

Rata medie de plată a debitelor nu poate depăși condițiile oferite de furnizori, respectiv creditori.

Exemplu: Bilanțul și situația veniturilor, cheltuielilor și rezultatelor firmei "R" SRL arată următoarea situație:

- Facturi emise și neîncasate 15419
- Furnizori 1200
- Creditori 6645
- Vânzări nete 57079
- Cheltuieli directe 34510

Politica firmei:

- recuperare a creanțelor - 60 zile
- plată a furnizorilor și creditorilor - 80 zile

$$\text{Rata de recuperare a creanțelor} = \frac{15419}{57079} \times 365 = 98{,}5 \text{ zile}$$

$$\text{Rata de plată a debitelor} = \frac{6645 + 1200}{34510} \times 365 = 82{,}9 \text{ zile}$$

Interpretare

Rezultă că amândoi indicatorii prezintă o situație nefavorabilă. Firma nu-și poate colecta creanțele și este incapabilă să-și plătească debitele. Dacă toți furnizorii și creditorii ar cere plata imediată, firma nu ar putea realiza acest lucru datorită sistemului său de colectare ineficient. Politica stabilită era ca încasarea debitelor să se facă în 60 de zile, dar în practică se face la 98.5 zile. Creanțele trebuiau plătite în 80 de zile și sunt de fapt plătite în 82.5 zile ceea ce nu este rău, dar, dacă plătești în 82 de zile și încasezi în 98.5 zile, ești în pericol să rămâi fără bani.

4) Rata de acoperire a creditelor

Definiție

Arată ce proporție din profitul firmei (după deducerea dividendelor) va fi disponibilă pentru plata ratelor de credit și dobânzilor aferente lor, în vederea

Scanned with OKEN Scanner

rambursării creditelor pe termen lung în anul următor.

Formula

$$\text{RATA DE ACOP. A CREDITELOR} = \frac{\text{PROFIT NET + AMORTIZARE - DIVIDENDE PLĂTITE}}{\text{RATE DE CAPITAL SCADENTE + DOBÂNZI AFERENTE}}$$

Acest indicator servește ca instrument destul de sigur de apreciere a viitoarelor performanțe ale firmei în condițiile în care profitabilitatea și lichiditatea rămân aceleași sau se îmbunătățesc. Cu cât indicatorul este mai scăzut, cu atât arată o marjă de siguranță mai mică.

Exemplu: Situațiile financiare ale firmei "R" SRL arată următoarele valori:

- Profit net	7901
- Amortizare	4045
- Rata de credit + dobânzi scadente	1502
- Dividende plătite	5900

$$\text{Rata de acop.a creditelor} = \frac{7901 + 4045 - 5900}{1502} = 4{,}02:1$$

Interpretare

Firma are un disponibil de 4,02 lei la fiecare 1 leu datorat ca rată de capital și dobânzi scadente pentru creditele pe termen lung.

Cu alte cuvinte, firma poate să ridice de aproximativ 4 ori aceste rate și dobânzile aferente lor, fără ca aceasta să afecteze capacitatea de plată.

Înainte de a face acest lucru însă, trebuie să se asigure că își va putea menține sau îmbunătăți nivelul actual al profitului.

5) Rata de autofinanțare

Măsoară modul în care este împărțit riscul între creditorii firmei și proprietarii (acționarii) ei.

Definiție

Rata de autofinanțare reprezintă proporția obligațiilor totale ale firmei în totalul capitalului propriu al firmei (capital social, fonduri proprii, profit).

Formula

$$\text{RATA DE AUTOFINANȚARE} = \frac{\text{OBLIGAȚII TOTALE}}{\text{CAPITAL PROPRIU}}$$

Scanned with OKEN Scanner

Această rată arată în ce măsură creditorii firmei sunt protejați de risc, această măsură fiind dată de capitalul propriu al firmei.

De asemenea, se constituie într-o informație eficientă pentru asociați (acționari) atunci când aceștia analizează modul în care este condusă firma.

Exemplu: Documentele financiare ale firmei "R" SRL arată următoarea situație:

- Obligații curente 21369
- Obligații pe temen lung 16346
- Capital propriu 23525

$$\text{Rata de autofinanțare} = \frac{21369 + 16346}{23526} = \frac{37715}{23526} = 1{,}6{:}1$$

Interpretare

Aceasta înseamnă că firma are 1,6 lei datorii totale la 1 leu resurse proprii sub formă de capital propriu. Ca regulă generală, acest raport poate fi de 2:1, ceea ce înseamnă că în cazul în care firma ar avea nevoie de mai multe credite, acestea ar putea fi obținute, încrederea creditorilor nefiind afectată de eventuala imposibilitate de rambursare a lor.

De asemenea, asociații pot constata în exemplul de mai sus că managerii firmei au reușit să realizeze un echilibru între resursele proprii și cele împrumutate.

12.2.2. INDICATORI DE PROFITABILITATE

Acești indicatori sunt calculați în scopul de a ști care sunt posibilitățile de dezvoltare a activităților firmei.

Întreprinzătorii fac vânzări și cumpără active în scopul de a "produce" profit.

1) Marja de profit net

Poate fi calculată din două puncte de vedere:

Formula a)

$$\textbf{Rata profit-vânzări} = \frac{\text{Profit net}}{\text{Vânzari}} \times 100$$

Definiție

Măsoară cât profit net a fost obținut din fiecare 100 lei vânzări.

Scanned with OKEN Scanner

Formula b)

$$\text{Rata profit-active} = \frac{\text{Profit net}}{\text{Total active}} \times 100$$

Definiție

Acest raport indică procentul de profit obținut pe seama folosirii activelor.

Exemplu: Documentele financiare ale firmei "R" SRL arată următoarea situație:

- Profit net	7091
- Vânzări	57079
- Active totale	61241

$$\text{a) Rata profit-vânzări} = \frac{7091}{57079} \times 100 = 12{,}42\%$$

$$\text{b) Rata profit-active} = \frac{7091}{61241} \times 100 = 11{,}57\%$$

Interpretare

a) Din calculul ratei profit-vânzări rezultă că firma câștigă 12,42 lei pentru fiecare 100 lei vânzări. Această situație trebuie comparată cu politica de profit a firmei și cu nivelul aceluiași raport obținut de concurență.

b) Rata profit-active arată că firma câștigă 11,57 lei la fiecare 100 lei active existente. Această situație trebuie judecată în funcție de domeniul de activitate al firmei (producție - unde acest raport este în general mai mic - sau comerț - unde el este mai mare) și (pe cât este posibil) de același raport obținut de concurență.

NOTĂ: Atât pentru rata profit-vânzări cât și pentru rata profit - active se poate utiliza profitul brut. În acest caz se poate evidenția rata de profitabilitate a firmei care suportă aceleași tipuri de interpretare.

12.2.3. INDICATORI DE ACTIVITATE

1) Rata capitalului de lucru

Definiție

Indică dacă firma își desfășoară activitățile comerciale în mod normal,

Scanned with OKEN Scanner

peste estimări, sau sub estimările anterioare.

Formula

$$\text{RATA CAPITALULUI DE LUCRU} = \frac{\text{PROFIT NET}}{\text{CAPITAL DE LUCRU}} \times 100$$

Capitalul de lucru pentru activitățile curente reprezintă diferența dintre activele curente (activele care se transferă rapid în bani) și pasivele curente (obligațiile care vin cel mai repede la scadență).

Acest indicator depinde de tipul de activitate al firmelor și de clientela acestora. Într-o firmă care desfășoară o activitate comercială normală vânzările pot fi finanțate în mod corespunzător din capitalul de lucru.

Exemplu: Situațiile financiare ale firmei "R" SRL arată:

- Profit net 7091
- Capital de lucru 9086

$$\text{Rata capitalului de lucru} = \frac{7091}{9086} \times 100 = 78{,}00\%$$

Interpretare

Aceasta arată că la fiecare 100 lei capital de lucru angajat firma câștigă 78,00 lei.

2) Rata de eficiență a stocurilor

Definiție

Măsoară cheltuielile directe în comparație cu valoarea stocurilor firmei.

Formula

$$\text{RATA DE EFICIENȚĂ A STOCURILOR} = \frac{\text{TOTAL CHELTUIELI DIRECTE}}{\text{STOCURI}} \times 100$$

O rată mare de eficiență a stocurilor este de dorit, dar ea depinde de tipul de activitate depusă (producție, comerț, servicii etc.)

Exemplu: Documentele financiare ale firmei "R" SRL arată următoarea situație:

- Total cheltuieli directe 34510

Scanned with OKEN Scanner

- Stocuri 10614

$$\text{Rata de eficienţă a stocurilor} = \frac{34510}{10614} \times 100 = 325\%$$

Interpretare

Indicatorul arată o rată de eficienţă a stocurilor foarte mare. Aceasta se poate datora unei foarte bune organizări a firmei. Ar mai putea să însemne că produsele oferite cunosc o cerere mare şi deci că investiţiile mai mari în echipamente de producţie sau utilizarea mai bună a echipamentelor existente ar putea să conducă la creşterea profitabilităţii.

12.3. CONCLUZII

Indicatorii financiari sunt utilizaţi la analiza aprofundată a rezultatelor firmelor, pentru:

- a determina mai clar care sunt punctele tari şi slabe ale acestora;
- a evalua valoarea totală a investiţiilor efectuate;
- a stabili care sunt activităţile care trebuie să sufere schimbări majore.

Indicatorii financiari sunt calculaţi în scopul de a avea o imagine de ansamblu a activităţii firmei, de aceea un tabel al acestora vă poate ajuta să rezumaţi domeniile de activitate analizate:

INDICATORUL	VALOARE	SATISFĂCĂTOR
1. INDICATORI DE LICHIDITATE		
- Rata rapidă a lichidităţii	0,92	
- Rata de recuperare a creanţelor	98,50	
- Rata de plată a debitelor	82,90	
- Rata de acoperire a creditelor	4,02	
- Rata de autofinanţare	1,60	
2. INDICATORI DE PROFITABILITATE		
- Rata profit-vânzări	12,42%	
- Rata profit-active	11,57%	

Scanned with OKEN Scanner

3. INDICATORI DE ACTIVITATE

- Rata capitalului de lucru	78%
- Rata de eficienţă a stocurilor	325%

Din acest tabel este posibil să tragem câteva concluzii generale:

1. După cum arată rata rapidă a lichidităţii, trebuie să fim atenţi să evităm situaţia de a nu putea onora rapid datoriile curente, dacă acest lucru este necesar. Orice înrăutăţire a situaţiei poate pune firma într-o situaţie nesigură.

2. Trebuie să revedem modalităţile de colectare a debitelor pe care le aplicăm. Întârzierea în încasarea banilor de la clienţi înseamnă o perturbare a fluxului de numerar şi implică faptul că firma poate să fie incapabilă să-şi plătească creditorii. Înseamnă, de asemenea, că profitul pe care îl obţinem trebuie corectat pentru a putea să acoperim eventuale datorii neplătite.

3. Rata profit - vânzări: Presupunând că politica noastră de profit a fost de 12%, acest indicator a fost bun. Dar trebuie să acordăm maximă atenţie concurenţilor noştri şi condiţiilor economice în care ne desfăşurăm activitatea.

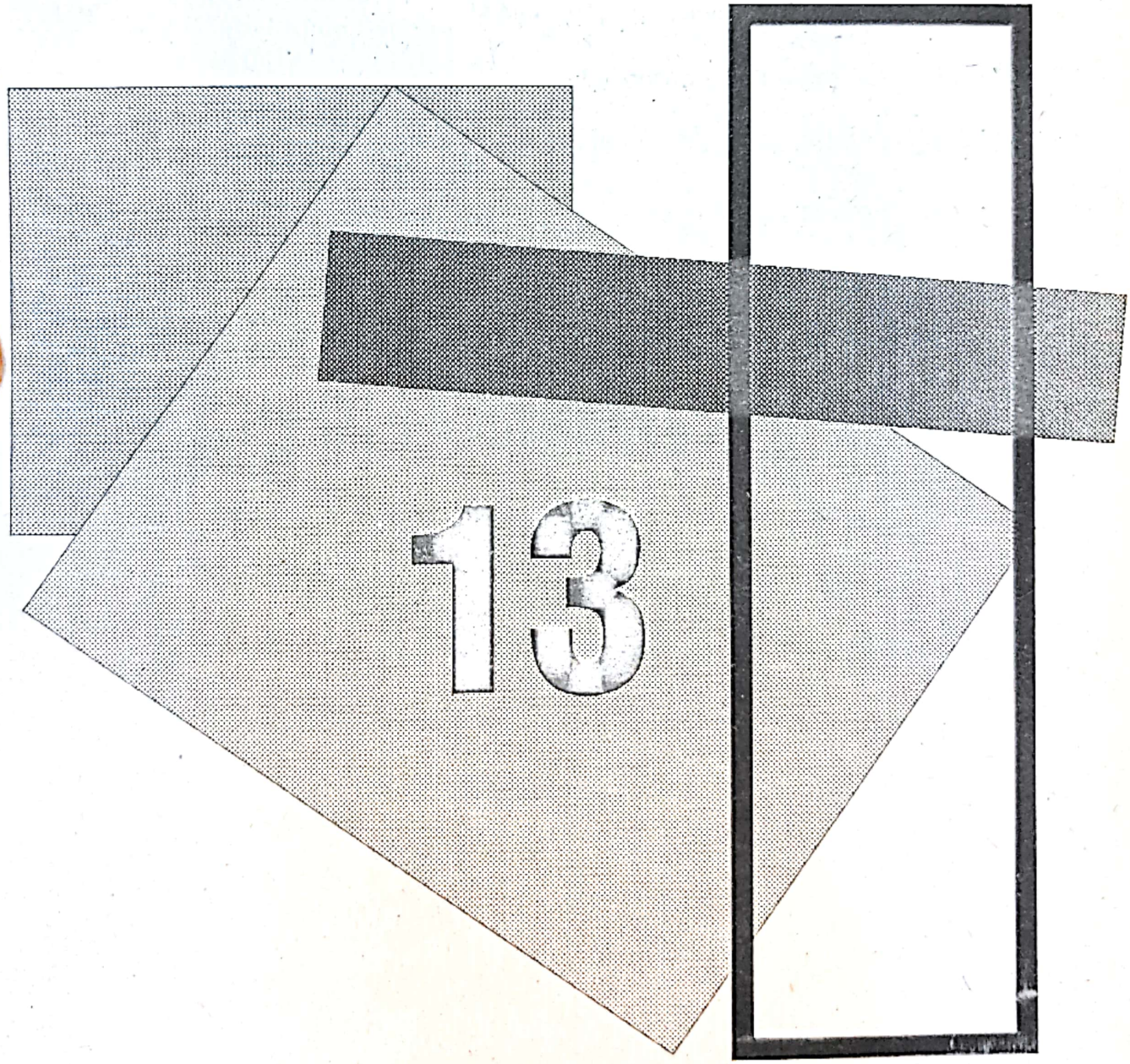
4. Rata profit - active: Aici trebuie să vedem dacă investiţiile făcute sunt bine folosite. Dacă, de exemplu, dobânda plătită de bancă pentru depozite a fost de 20%, atunci 11,57% nu este un nivel satisfăcător, de vreme ce un investitor ar putea să câştige mai mult depunându-şi banii într-o bancă. De asemenea, dacă inflaţia a fost de 20%, înseamnă că am obţinut un profit nesatisfăcător, pentru că, în termeni reali (ca putere de cumpărare), valoarea investiţiilor noastre a scăzut.

5. Rata capitalului de lucru arată că la fiecare 100 lei capital de lucru folosit, firma câştigă 78 lei. Aceasta înseamnă că firma este capabilă să cumpere noi mărfuri şi să-şi plătească creditorii prompt. Dar trebuie să fim conştienţi că sistemul ineficient de colectare a debitelor ar putea să influenţeze negativ această situaţie şi că s-ar putea fie să trebuiască să împrumutăm bani ca să ne plătim datoriile, fie furnizorii să nu ne mai aprovizioneze până când nu vom lichida datoria noastră faţă de ei.

6. Rata de eficienţă a stocurilor sugerează o situaţie bună, dar, ca mai sus, aceasta poate fi afectată de politica de colectare a debitelor.

Scanned with OKEN Scanner

EVIDENŢA CONTABILĂ



Scanned with OKEN Scanner

13.1. De ce este necesară evidența contabilă? 201

13.2. Ce aflați din registrele contabile? 201

13.3. Ce date se înregistrează în evidența contabilă? 202

13.4. Ce este metoda dublei înregistrări? 202

13.5. Ce este contul? 202

13.6. Care sunt regulile înregistrării contabile? 206

13.7. Care sunt formele de evidență contabilă? 208

13.8. Exemplu 209

Scanned with OKEN Scanner

13.1. DE CE ESTE NECESARĂ EVIDENȚA CONTABILĂ ?

1.1. Înregistrarea contabilă a operațiunilor firmei este **obligatorie prin lege** (Codul Comercial, Legea privind societățile comerciale nr.31/1990 și Legea contabilității nr.82/1991 prevăd această obligație).

1.2. **Controlul** activității firmei nu este posibil fără existența înregistrărilor contabile ale tuturor tranzacțiilor efectuate de firmă.

1.3. **Protecția bunurilor** aflate în posesia firmei este mult mai eficace în condițiile existenței unei contabilități bine puse la punct.

1.4. **Planificarea** activității viitoare a firmei nu este posibilă fără o cunoaștere a activității anterioare a firmei. Oglinda acestei activități o reprezintă evidența contabilă.

1.5. **Deciziile** luate de conducerea firmei vor fi mult mai corecte ca urmare a unei cunoașteri bazate pe o evidență contabilă corectă.

1.6. Registrele contabile pot servi ca **probă în justiție**.

1.7. Profitul pe care firma îl va distribui proprietarilor săi depinde în mare măsură de modul de înregistrare contabilă a tranzacțiilor firmei.

13.2. CE AFLAȚI DIN REGISTRELE CONTABILE ?

2.1. Sumele de bani **cheltuite** de firmă pentru activitatea sa.

2.2. Sumele de bani **încasate** de firmă ca urmare a activității sale.

2.3. Pentru ce s-au cheltuit banii pe care i-ați investit în firmă.

2.4. Cât datorați și cât vi se datorează din tranzacțiile firmei.

2.5. Profitul sau pierderea rezultată din tranzacțiile firmei.

2.6. Cât și ce posedă firma. De unde provin aceste bunuri.

Scanned with OKEN Scanner

13.3. CE DATE SE ÎNREGISTREAZĂ ÎN EVIDENȚA CONTABILĂ ?

"Tot ceea ce, după părerea negustorului, îi aparține pe lume ca avere mobilă și imobilă, precum și toate afacerile lui mari și mărunte în ordinea în care au avut loc." (Tractatue de computis et scripturis-Luca Paciollo, 1494)

Deci, simplu! Toate bunurile și valorile care intră sau ies din firma dvs. trebuie să fie înregistrate în contabilitate.

Toate transformările suportate de bunuri în cadrul firmei trebuie să fie cunoscute și înregistrate în evidența contabilă.

13.4. CE ESTE METODA DUBLEI ÎNREGISTRĂRI ?

Orice tranzacție are două părți: o parte ***care dă*** și o parte ***care primește***.

Pentru ambele părți ale tranzacției veți efectua în contabilitatea dvs. câte o înregistrare.

Contabilii denumesc această operațiune înregistrare în partidă dublă.

Înregistrarea dublă este la nivelul contului ceea ce este egalitatea activului cu pasivul la nivelul bilanțului.

13.5. CE ESTE CONTUL ?

Contul este instrumentul de lucru al contabilului, în care acesta înregistrează tranzacțiile efectuate de firmă.

Bilanțul contabil îndeplinește funcția de oglindire a mijloacelor economice și a surselor acestora, la un moment dat. Deși este un document contabil important, bilanțul nu este utilizabil ca instrument de lucru, datorită imposibilității fizice de a întocmi un bilanț după fiecare operațiune economică, toate acestea ducând la schimbarea volumului și structurii mijloacelor și surselor firmei.

De asemenea, în bilanț nu pot fi cuprinse sursele acestor modificări.

În acest scop se ține evidența tuturor mijloacelor și operațiunilor, individual și pe grupe omogene, separat, fără a se recurge la bilanț, acesta întocmindu-se periodic și cuprinzând doar rezultatul final al operațiilor.

Această evidență se ține cu ajutorul conturilor.

Scanned with OKEN Scanner

Elementele înregistrate într-un cont sunt:

a) **titlul** contului, care indică ce mijloc economic, ce sursă sau ce proces economic este reflectat în acest cont;

b) **data** înregistrării operațiunii, în ordine cronologică;

c) **documentul** care stă la baza acestei înregistrări-factură, chitanță, cec, bon de consum etc.

d) **explicații** privind operațiunea înregistrată;

e) **suma** înregistrată, care trebuie să corespundă cu cea din document;

f) **contul corespondent** (atenție la înregistrarea dublă: fiecare tranzacție se înregistrează în două conturi.);

g) **debitul și creditul** contului: ca primă explicație a acestor termeni să reținem că **debităm pe cine primește și creditățm pe cine dă.**

Deoarece într-un cont se țin concomitent două tipuri de înregistrări, este necesar a se arăta natura lor, astfel încât oricine ar utiliza contul să le recunoască ușor. S-a admis astfel o convenție prin care **latura stângă să se numească debit**, iar **cea dreaptă credit.**

h) **mișcarea contului (rulajul)**, care reprezintă totalitatea sumelor înregistrate în cont privind măririle sau micșorările elementului reprezentat de contul respectiv;

i) **soldul contului**, care reprezintă diferența între totalul sumelor (rulaje) din cele două părți ale contului (D>C - sold debitor; D<C - sold creditor).

Datorită faptului că fiecare cont corespunde unui mijloc sau unei surse, s-a simțit nevoia unui instrument unitar de lucru în activitatea contabilă. Acest document este **Planul de conturi**, emis de Ministerul Finanțelor.

Planul de conturi* general întocmit de Ministerul Finanțelor, care se aplică de la data de 01.01.1994, grupează conturile în 9 clase, din care menționăm conturile cele mai frecvent utilizate:

Clasa 1 Conturi de capital

10	Capital și rezerve	
	101	Capital social
	106	Rezerve
	107	Rezultat raportat
	108	Contul întreprinzătorului

---

*) **Notă**: așa cum se observă, prima cifră a contului reprezintă clasa de conturi din care face parte, a doua reprezintă grupa, iar ultima este cea care definește contul sintetic respectiv. Detalierea conturilor se face în unele cazuri și pe analitice, în acest caz apărând și a patra cifră; ex: 6011 reprezintă simbolul contului Cheltuieli cu materialele auxiliare.

Scanned with OKEN Scanner

11	Fonduri	
	111	Fond de dezvoltare
	112	Fond de participare la profit
12	Rezultatul exercițiului	
	121	Profit și pierderi
	129	Repartizarea profitului
14	Provizioane reglementate	
	141	Provizioane reglementate
15	Provizioane pentru riscuri și cheltuieli	
	151	Provizioane pentru riscuri și cheltuieli
16	Împrumuturi și datorii asimilate	
	162	Credite bancare pe termen lung și mijlociu
	168	Dobânzi aferente împrumuturilor și datoriilor asimilate

Clasa 2 Conturi de active imobilizate

20	Imobilizări necorporale	
	201	Cheltuieli de constituire
	207	Fond comercial
21	Imobilizări corporale	
	211	Terenuri
	212	Mijloace fixe
28	Amortizări privind imobilizările	
	281	Amortizări privind imobilizările necorporale
	282	Amortizări privind imobilizările corporale

Clasa 3 Conturi de stocuri și producție în curs de execuție

30	Stocuri de materii și materiale	
	311	Materii prime
	301	Materiale consumabile
32	Obiecte de inventar	
	321	Obiecte de inventar
33	Producția în curs de execuție	
	331	Producția în curs de execuție
34	Produse	
	341	Semifabricate
	342	Produse finite
37	Mărfuri	
	371	Mărfuri

Clasa 4 Conturi de terți

40	Furnizori și conturi asimilate	
	401	Furnizori
	404	Furnizori de imobilizări
	408	Furnizori-facturi nesosite

Scanned with OKEN Scanner

41 Clienți și conturi asimilate
411 Clienți
418 Clienți-facturi de întocmit
42 Personal și conturi asimilate
421 Personal-remunerații datorate
427 Reținere din salarii datorate terților
43 Asigurări sociale
431 Asigurări sociale
437 Ajutor de șomaj
44 Bugetul statului, alte organisme publice și conturi asimilate
441 Impozit pe profit
442 TVA
444 Impozit pe salarii
46 Debitori și creditori diverși
461 Debitori diverși
462 Creditori diverși

Clasa 5 Conturi de trezorerie

50 Titluri de participare
502 Acțiuni proprii
51 Conturi la bănci
511 Valori de încasat
512 Credite curente la bănci
518 Dobânzi
519 Credite pe termen scurt
53 Casa
531 Casa
54 Acreditive
541 Acreditive

Clasa 6 Conturi de cheltuieli

60 Cheltuieli cu materiile prime, materialele și mărfuri
600 Cheltuieli cu materiile prime
601 Cheltuieli cu materialele consumabile
605 Cheltuieli cu energia și apa
607 Cheltuieli cu mărfurile
63 Cheltuieli cu impozitele, taxele și vărsămintele asimilate
631 Cheltuieli cu impozitul pe salarii
632 Cheltuieli cu impozitul pe clădiri
64 Cheltuieli cu personalul
641 Cheltuieli cu salariile
645 Cheltuieli privind asigurările și protecția socială
66 Cheltuieli financiare
666 Cheltuieli cu dobânzile

Scanned with OKEN Scanner

68 Cheltuieli cu amortizările și provizioanele
- 681 Cheltuieli de exploatare privind amortizările și provizioanele
- 686 Cheltuieli financiare privind amortizările și provizioanele

69 Cheltuieli cu impozitul pe profit
- 691 Cheltuieli cu impozitul pe profit
- 693 Cheltuieli pentru fondul de dezvoltare din reducerea de impozit

Clasa 7 Conturi de venituri

70 Venituri din vânzări de produse, prestări servicii, mărfuri
- 701 Venituri din vânzarea produselor finite
- 707 Venituri din vânzări de mărfuri

71 Venituri din producția stocată
- 711 Venituri din producția stocată

76 Venituri financiare
- 765 Venituri din diferențe de curs valutar
- 766 Venituri din dobânzi

Clasa 8 Conturi speciale

80 Conturi în afara bilanțului
- 89 Bilanț
- 891 Bilanț de deschidere
- 892 Bilanț de închidere

Clasa 9 Conturi interne de gestiune

90 Decontări interne

92 Conturi de calculație
- 921 Cheltuielile activității de bază
- 923 Cheltuieli comune secției
- 924 Cheltuieli generale ale unității
- 925 Cheltuieli de desfacere

93 Costul producției
- 931 Costul producției obținute
- 933 Costul producției în curs de execuție

13.6. CARE SUNT REGULILE ÎNREGISTRĂRII CONTABILE?

Înregistrarea mișcărilor mijloacelor economice, a surselor și a proceselor economice se face cu respectarea unor reguli:

- ceea ce posedă firma (mijloacele economice) sunt evidențiate în conturile de activ;

Scanned with OKEN Scanner

- ceea ce datorează firma (sursele, obligațiile) sunt evidențiate în conturile de pasiv;

- existentele și creșterile de mijloace economice se înscriu în debitul conturilor de activ iar scăderile în credit;

- existentele și creșterile de surse se înscriu în creditul conturilor de pasiv, iar scăderile în debit.

Grafic aceasta se poate prezenta astfel:

A		P	
D	C	D	C
creșteri	scăderi	scăderi	creșteri

Legătura între două conturi folosite la înregistrarea unei operații este realizată cu ajutorul **formulei contabile.**

Exemplu:

Subscrierea capitalului

456	Decontări cu asociații =	101	Capital social	100.000

Aceasta formulă contabilă se citește astfel: Se înregistrează subscrierea capitalului social prin debitarea contului 456 "Decontări cu asociații" prin creditul contului 101 "Capital social". Cunoscând faptul că Decontări cu asociații este un cont de activ iar contul Capital social este un cont de pasiv, formula de mai sus se încadrează în categoria:

$$A + x = P + x$$

Există și formule contabile compuse ca de exemplu:

Achitarea furnizorilor

401	Furnizori =		%	5.000.000
		512	Cont curent la bancă	3.000.000
		531	Casa	2.000.000

Aceasta formulă contabilă se citește astfel: se debitează contul Furnizori (401) cu suma de 5.000.000 lei prin creditul conturilor Cont curent la bancă (512) cu suma de 3.000.000 lei și Casa (531) cu suma de 2.000.000 lei.

Scanned with OKEN Scanner

13.7. CARE SUNT FORMELE DE EVIDENȚĂ CONTABILĂ?

Prin formele de evidență contabilă înțelegem un ansamblu de formulare, documente și registre, care se leagă între ele printr-o tehnică a înregistrărilor contabile.

Unele forme de evidență utilizează registre legate:
- — forma franceză, cu jurnale multiple;
- — forma americană, Jurnal-Cartea Mare ș.a.

Altele au la bază "registre" sub formă de fișe:
- — maestru-șah;
- — jurnal-order ș.a.

Registrele de contabilitate

Potrivit art. 20, alin. 1 din Legea Contabilității, principalele registre ce se folosesc în contabilitate sunt: registrul-jurnal, registrul-inventar și cartea mare. Aceste registre pot fi sub formă de registre legate, foi volante, fișe, documente informatice.

Asociațiile familiale și persoanele fizice autorizate să desfășoare activități independente înregistrează operațiunile patrimoniale cu ajutorul "registrului-jurnal de încasări și plăți". Registrul-jurnal este utilizat pentru înregistrarea cronologică a operațiunilor patrimoniale prin respectarea succesiunii documentelor după data de întocmire sau intrare în unitate. Registrul-jurnal poate fi prezentat sub forma unui registru-jurnal general sau sub formă de registre-jurnal auxiliare pentru operațiuni patrimoniale de aceeași natură. Principalele registre-jurnal auxiliare care pot fi utilizate sunt cele privind aprovizionările, vânzările, trezoreria, operațiile diverse, în funcție de specificul unității.

Notele contabile care înregistrează în mod cronologic și sistematic operațiile patrimoniale pot îndeplini funcția de registru-jurnal.

Registrul-inventar este registrul în care se înregistrează toate elementele patrimoniale de activ și de pasiv, grupate în funcție de natura lor, conform posturilor de bilanț contabil, inventariate conform normelor legale.

Registrul cartea-mare este utilizat la înscrierea tuturor înregistrărilor efectuate în jurnal, stabilindu-se situația fiecărui cont, respectiv soldul inițial, rulajele debitoare, rulajele creditoare și soldurile finale. Acest registru stă la baza întocmirii balanței de verificare.

De menționat că, pe lângă aceste registre, în activitatea financiar contabilă se folosesc numeroase alte formulare tipizate, din care enumerăm:

— pentru înregistrarea mijloacelor fixe: Registrul numerelor de inventar, Fișa mijlocului fix, Bon de mișcare a mijlocului fix;

Scanned with OKEN Scanner

— pentru materiale: Nota de recepție și constatare de diferențe, Bon de consum, Dispoziție de livrare, Fișa de magazie, Fișa de evidență a obiectelor de inventar ș.a.

— pentru evidența mijloacelor bănești: Chitanța, Chitanța fiscală, Registru de casă, Factura ș.a.

— pentru evidența salariilor și a altor drepturi de personal: Stat de salarii, Ordin de deplasare, Decont de cheltuieli ș.a.

— pentru contabilitatea generală: Nota de debitare-creditare, Extras de cont, Situația încasării-achitării facturilor, Situație privind avansurile spre decontare, Fișa de cont pentru operații diverse, Balanța de verificare ș.a.

13.8. EXEMPLU

Pentru exemplificare vă propunem următoarele situații, ce impun o serie de înregistrări contabile curente:

1. Se achiziționează materii prime de la furnizori, în sumă de 1.500.000 lei.

Materii prime primite conf. facturii	300 = 401	1.500.000

2. Se înregistrează cheltuielile de transport-aprovizionare aferente materialelor intrate în depozitele societății.

Cheltuieli de transport-aprovizionare	308 = 401	100.000

3. Se achită furnizorilor materiile prime recepționate.

Se achită furnizorilor materiile prime (din contul bancar)	401 = 512	1.500.000
Se achită transportul materiilor prime (din casă)	401 = 531	100.000

4. Se înregistrează consumul de materii prime în procesul de prelucrare, inclusiv cheltuielile de transport aferente.

Consumul de materii prime	600 = 300	800.000

5. Se înregistrează salariile brute datorate angajaților.

Salarii datorate personalului	641 = 421	940.000

Scanned with OKEN Scanner

6. Se înregistrează reținerile din salarii reprezentând contribuția la pensia suplimentară și ajutorul de șomaj, impozitul pe salarii.

Reținere din salarii	421 =	%	329.000
		431	37.600
		437	9.400
		444	282.000

7. Se achită salariile nete datorate personalului.

Achitarea salariilor nete	421 = 531	611.000

8. Se înregistrează amortizarea imobilizărilor corporale în sumă de 150.000 lei.

Amortizarea imobilizărilor corporale	681 = 281	150.000

9. Se evidențiază produsele finite obținute din producție proprie.

Produse finite obținute prin prelucrare	345 = 711	3.000.000

10. Se înregistrează livrarea produselor și concomitent scoaterea acestora din evidență.

Vânzarea produselor	418 = 701	2.300.000
Se scot din evidențe produsele finite vândute	711 = 345	1.800.000

11. Se emit facturi către clienți pentru livrarea înregistrată anterior, concomitent înregistrându-se TVA colectată.

Emiterea facturii	411 = 418	2.300.000
TVA colectată	4428 = 4427	414.000

12. Se înregistrează contribuția unității la asigurările sociale și la constituirea fondului de șomaj.

C.A.S. și fond șomaj	645 =	%	302.600
		431	265.000
		437	37.600

13. Se obține de la bancă un credit pe doi ani în sumă de 5.000.000

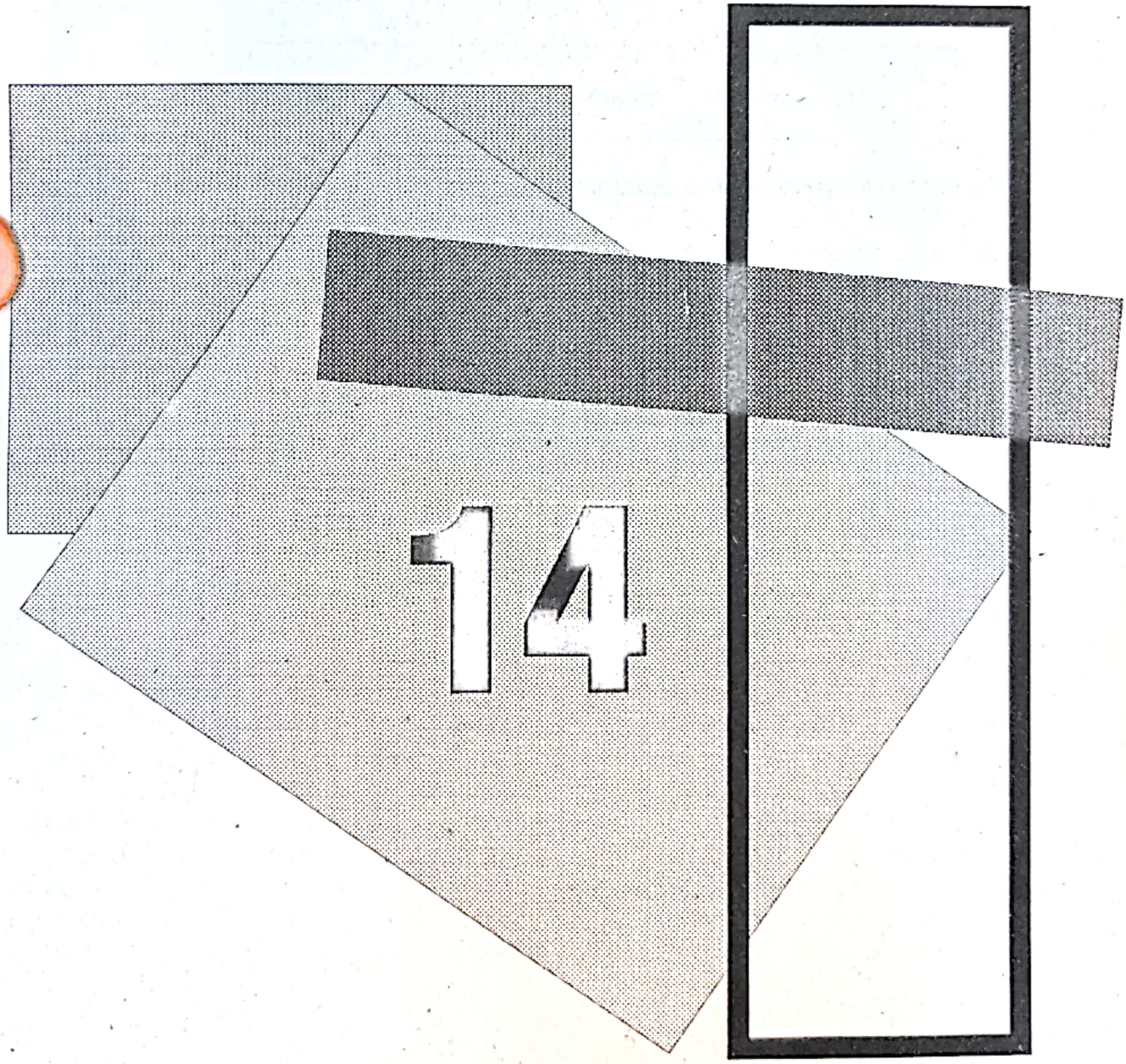
Credit termen mijlociu	512 = 162	5.000.000

14. Se achiziționează utilaje noi în sumă de 6.070.000 lei.

Imobilizări corporale achiziționate	212 = 408	6.070.000

Scanned with OKEN Scanner

TAXA ASUPRA VALORII ADĂUGATE



Scanned with OKEN Scanner

14.1. Ce este taxa pe valoarea adăugată? 213

14.2. De ce se utilizează taxa pe valoarea adăugată? 214

14.3. Cum operează taxa pe valoarea adăugată? Reglementări legale . . . 214

Scanned with OKEN Scanner

14.1. CE ESTE TAXA PE VALOAREA ADĂUGATĂ?

Taxa pe valoarea adăugată este o taxă pe consum care se aplică în toate stadiile circuitului economic și care este integral suportată de către consumatorul final.

TVA este o taxă indirectă calculată asupra oricărei operațiuni de schimbare a dreptului de proprietate sau prestare de serviciu.

Prin valoare adăugată se înțelege diferența între vânzările și cumpărările aferente aceluiași stadiu al circuitului economic.

Valoarea adăugată = Vânzări - Aprovizionări

T.V.A. este un *impozit indirect* care se stabilește asupra operațiilor privind transferul proprietății bunurilor și asupra prestărilor de servicii.

Exemplu: pantofi bărbătești

Întreprinderea producătoare a plătit furnizorilor de materiale (piele, capse, ață etc.) suma de 2500 lei la care se adaugă 450 lei reprezentând taxa pe valoarea adăugată (2500 X 18%). Pantofii sunt vânduți unei societăți de vânzare en-gros cu suma de 3500 lei la care se adaugă, separat, T.V.A. în sumă de 630 lei (3500 X 18%).

Valoarea adăugată în procesul de fabricație este de 1000 lei, calculată ca diferență între prețul achitat furnizorilor de materiale (2500 lei) și prețul de vânzare al pantofilor (3500 lei).

T.V.A. aferentă acestui stadiu de producție este de 18% din 1000 lei, respectiv 180 lei. Această sumă corespunde în același timp diferenței dintre taxa aferentă vânzării (630 lei) și taxa aferentă cumpărărilor (450 lei).

Societatea de vânzări en-gros vinde pantofii unui detailist cu un preț de 4000 lei, la care se calculează o taxă pe valoarea adăugată de 720 lei.

Valoarea adăugată în acest stadiu este de 500 lei, calculată ca diferență între prețul de vânzare en-gros (4000 lei) și prețul achitat producătorului (3500 lei). Asupra acestei valori se aplică T.V.A. de 18%, rezultând 90 lei. În continuare, detailistul vinde pantofii unui cumpărător cu suma de 5.500 lei, adăugând deci 1.500 lei la prețul de achiziționare. TVA datorat de detailist este de 1.500 x 18% = 270 lei.

Scanned with OKEN Scanner

Deci taxa pe valoarea adăugată totală pe produs este de 990 lei, plătită astfel:

— furnizorul de materiale	450 lei
— producătorul	180 lei
— vânzătorul en-gros	90 lei
— detailist	270 lei
Total	990 lei

Același rezultat se poate obține astfel: 5.500 lei x 18% = 990 lei. Se observă cum întreaga sumă este suportată de către consumatorul final. Toate celelalte societăți de pe lanțul de producție acționează ca și colectori de TVA pe care îl varsă apoi bugetului de stat.

14.2. DE CE SE UTILIZEAZĂ TAXA PE VALOAREA ADĂUGATĂ?

Taxa pe valoarea adăugată este utilizată de regulă ca o metodă de structurare a taxelor într-un mod mai echitabil față de consumator. Categoriile mai sărace ale populației cheltuiesc o proporție mai mare a veniturilor lor pentru alimente și alte produse de primă necesitate. Aceste produse sunt exceptate de la TVA (vezi Anexa la H.G. nr. 3/1992). Taxa pe valoarea adăugată este, de asemenea, o taxă mai echitabilă decât anteriorul impozit pe circulația mărfurilor care se calcula în cascadă, fără drept de deducere.

14.3. CUM OPEREAZĂ TAXA PE VALOAREA ADĂUGATĂ? REGLEMENTĂRI LEGALE

Principalele acte normative privind taxa pe valoarea adăugată sunt:

- Hotărârea Guvernului nr. 3/1992 care stabilește nivelul și regulile de aplicare a TVA.
- Normele de aplicare ale H.G. nr. 3/1992 aprobate prin H.G. nr. 406/1992.
- Legea nr. 130/1992 privitoare la aprobarea H.G. nr. 406/1992.
- Hotărârea Guvernului nr. 393/1993 privind modificarea H.G. nr. 233/1993 care se referă la materii prime trimise pentru prelucrare în România de către parteneri externi.

Principala regulă a TVA este că bunurile consumate în România fac obiectul taxei pe valoarea adăugată, respectiv:

— bunuri și servicii produse autohton sau aduse din import destinate consumului intern;

Scanned with OKEN Scanner

– bunurile produse în România pentru piața externă nu fac obiectul T.V.A.

În conformitate cu actele normative de mai sus operațiunile care fac obiectul T.V.A. sunt:

- toate operațiunile care au ca rezultat schimbarea proprietății asupra bunurilor: vânzări, participații la capitalul social al unei firme, schimbul de bunuri, importurile etc.
- servicii în domeniile construcțiilor, închirierii de bunuri, reparațiilor, operațiuni de lonn etc.

Operațiunile care nu fac obiectul T.V.A. sunt:

- vânzări către organizații non-profit, asociații civice, sindicate și instituții publice dar numai pentru activitățile non-profit – ceea ce înseamnă că activitățile create pentru a genera profit sunt cele supuse T.V.A.

Nivelurile generale ale T.V.A. sunt:

▸ 0% pentru activitățile de export de bunuri sau servicii legate de activitatea de export (inclusiv vânzările către persoane fizice sau juridice nerezidente în România – ambasade, consulate și personalul acestora);

▸ 18% pentru operațiunile generale T.V.A.

Regulile de bază pentru aplicarea TVA

Principala regulă în aplicarea acestei taxe este că bunurile sunt impozitate în țara în care se consumă și nu în țara care le produce. Astfel:

– bunurile și serviciile din țară și din import sunt supuse T.V.A. dacă sunt destinate beneficiarilor din România;

– bunurile și serviciile exportate nu sunt supuse T.V.A.

Când și cum se plătește TVA?

– până la data de 25 a lunii următoare celei pentru care s-a întocmit decontul;

– concomitent cu plata taxelor vamale pentru bunurile din import;

– concomitent cu îndeplinirea formalităților de vămuire, pentru bunurile scutite de taxe vamale dar supuse plății T.V.A.;

– concomitent cu plata furnizorilor sau prestatorilor pentru bunurile și serviciile din import prevăzute la art. 8 din Ordonanța nr. 3/1992;

– concomitent cu cererea înaintată organului fiscal pentru scoaterea din evidență ca plătitor de T.V.A. în caz de încetare a activității.

Plata se face de la caz la caz

- ☐ în numerar;
- ☐ cu cec cu limită de sumă;
- ☐ prin dispoziție de plată.

Scanned with OKEN Scanner

Documentele legale în care se consemnează livrările de bunuri, prestările de servicii și operațiunile asimilate acestora sunt:

- ☐ factura;
- ☐ chitanța fiscală;
- ☐ aviz de însoțire a mărfii;
- ☐ dispoziția de livrare.

Documentele centralizatoare ce trebuiesc întocmite pentru centralizarea operațiilor efectuate de agenții economici sunt:

- ▸ Jurnal pentru vânzări;
- ▸ Jurnal pentru cumpărări;
- ▸ Borderou pentru operații asimilate cu livrările de mărfuri și prestările de servicii.

Pentru înregistrarea operațiilor privind taxa pe valoarea adăugată – planul de conturi s-a completat cu următoarele conturi:

- ◆ cont 4423 "T.V.A. de plată"
- ◆ cont 4424 "T.V.A. de recuperat"
- ◆ cont 4426 "T.V.A. deductibilă"
- ◆ cont 4427 "T.V.A. de colectat"
- ◆ cont 4428 "T.V.A. neexigibilă" (în așteptare)

Pentru înțelegerea funcționării acestor conturi prezentăm următoarele înregistrări contabile, utilizate frecvent în contabilitatea unei societăți comerciale plătitoare de T.V.A.:

1. Evidențierea T.V.A. deductibilă, înscrisă în facturile furnizorilor de materii prime:

4426 TVA deductibilă = 401 Furnizori

2. Evidențierea T.V.A. deductibilă pentru achizițiile de imobilizări:

4426 TVA deductibilă = 404 Furnizori de imobilizări

3. Regularizarea T.V.A. devenită exigibilă:

4426 TVA deductibilă = 4428 TVA neexigibilă

4. Evidențierea livrării de produse pentru care s-au întocmit facturi:

Scanned with OKEN Scanner

411 = %
701 Venituri din vânzarea produselor
4427 T.V.A colectată

5. T.V.A. devenită exigibilă la emiterea facturii:

4428 TVA neexigibilă = 4427 T.V.A colectată

6. Evidențierea încasărilor în numerar a c/v mărfurilor:

531 Casa = 701 Venituri din vânzarea produselor
4427 T.V.A colectată

7. Deducerea lunară a T.V.A. deductibilă din T.V.A. colectată:

4427 T.V.A colectată = %
4426 T.V.A deductibilă
4423 T.V.A. de plată

8. Virarea lunară a T.V.A de plată:

4423 T.V.A. de plată = 512 Cont curent la bănci

respectiv încasarea sau compensarea T.V.A.:

%
512 Cont curent la bănci
4423 T.V.A. de plată = 4424 T.V.A. de recuperat

BIBLIOTECA JUDEȚEANĂ „GH. ASACHI" IAȘI

Scanned with OKEN Scanner

BIBLIOGRAFIE

Ward G. și Kenedy R. — The Business Plan Manual. Vancouver, Community College, 1990.

* * * — Business Plan for Small Manufacturers New York, U.S. Small Business Administration, Office of Business Development, 1988

* * * — Business Plan for Retailers. Idem, 1987

* * * — Business Plan for Small Construction Firms. Idem, First Printing, 1974.

* * * — Business Plan for Small Service Firms Idem, 1988

Policastro M.L. — Developing a Strategic Business Plan. Idem, 1988

West A. — A Business Plan. London, Ed. Pitman Publishing, 1988

* * * — Planul de afaceri. București, Ed. Staff Publishing House, 1993

Agenția Română de Dezvoltare — Ghidul partenerului român în societăți comerciale cu participare străină. București, 1993

* * * — Legea 12 privind impozitul pe profit. Monitorul Oficial al României Nr.25 din 31.01.1991

* * * — Legea 31 privind societățile comerciale. Monitorul Oficial al României Nr.126-127 din 17.11.1990.

* * * — Legea 35 privind regimul investițiilor străine. Monitorul Oficial al României Nr.73 din 10.04.1991.

Scanned with OKEN Scanner

* * * HGR 781/91 privind stabilirea impozitului pe dividende la societățile comerciale. Monitorul Oficial al României Nr.244 din 30.11.1991.

* * * HGR 804/91 privind impozitul pe profit. Monitorul Oficial al României Nr. 225 din 19.12.1991.

* * * HGR 779/91 privind impozitul pe circulația mărfurilor (ICM) și accizele. Monitorul Oficial al României, Nr.244 din 30.11.1991

* * * Ordonanța Guvernului nr. 3/27.07.1992 privind taxa asupra valorii adăugate, București, Monitorul Oficial nr. 200/17.08.1992

* * * Norme de aplicare a OGR nr. 3/27.07.1992, București Monitorul Oficial nr. 200/17.08.1992

* * * Legea nr. 130/29.12.92 pentru aprobarea OGR nr. 3/92 privind taxa asupra valorii adăugate, București, Monitorul Oficial nr. 338/30.12.1992

* * * HGR 393/93 cu privire la completarea Normelor de aplicare a OGR nr. 3/92, București, Monitorul Oficial nr. 197/18.08.1993

* * * Legea contabilității nr. 82/24.12.1994, București, Monitorul Oficial nr. 265/27.12.1991

* * * Decretul Lege 54/1990 privind organizarea și desfășurarea unor activități economice pe baza liberei inițiative, București, Monitorul Oficial nr. 20/6.02.1990

Scanned with OKEN Scanner

* * *

HGR 201 privind aprobarea normelor de aplicare a DL 54/1990, București, Monitorul Oficial nr. 33-34/8.03.1990

* * *

Legea nr. 57/1993 pentru modificarea și completarea Legii nr. 35/1991 privind regimul investițiilor străine, București, Monitorul Oficial nr. 160/14.07.1993

Kotler, Ph.

Marketing Management. New Jersey, Prentice-Hall International Editions, 1988.

Davidson H.

Offensive Marketing, London, Penguins Books, 1987.

Florescu C. ș.a.

Marketing. București. Ed.Marketer-Grup Academia de Marketing-1991

Lindberg A.Roy și Cohn T.

The Marketing Book for Growing Companies that Want to Excel. New-York Ed. Van Nostrand Reinhold Company Inc, 1986.

* * *

Introduction to Export Market Research. Centrul de Comerț Internațional UNCTAD/GATT. Traducere în limba română sub titlul: Marketing - Manual pt. Cercetarea Piețelor de Export, București, Ed. AROMAR 1992.

Earls Gerald și Forsyth Patrick

Making Marketing Work, London, Kogan Page Limited, 1989

Brown Rick

Marketing for The Small Firm, London, Cassell Educational Limited, 1987

Dickson D.E.N.

Improve Your Business: Handbook. Geneva. Ed. International Labour Office, Ediția a III-a, 1991.

Dickson D.E.N.

Improve Your Business: Workbook. Geneva. Ed. International Labour Office, Ediția a III-a, 1991

Scanned with OKEN Scanner

Wood Fr.	Book-keeping and Accounts. Londra. Ed.Pitman, 1992
McKinley J.E. et.al.	Analyzing Financial Statements. Washington. Ed.American Bankers Association, 1988.
Sharpe R.S. și Cashing, J.A.	Cost Accounting, New York. Ed.McGraw Hill Book, 1989.
Collins E.G.C. și Devonne M.A.	The Portable MBA, New York. Ed.John Wiley & Sons Inc, 1992.
Weston J.F. și Copeland T.E.	Managerial Finance, London, Cassell Educational Limited, 1989
Taylor Bernard și Harrison John	The Manager's Oxford Casebook of Business Strategy, Oxford, 1990
Cristescu Nicolae, Simion Constantin și Dumitriu Constantin	Noua contabilitate, Brașov, Ed. Ecran Magazin, 1993
Petrescu Ion Reporter, 1991	Management, București, Holding
* * *	Management Consulting, București, AMCOR, 1992
Rusu Corneliu	Management, București, SITI 1992
* * *	US SBA "Business Development Publications" (series)

Scanned with OKEN Scanner

STIMATE CITITOR,

În vederea îmbunătăţirii prezentului ghid al întreprinzătorului şi a altor lucrări din aceeaşi serie, vă rugăm să aveţi amabilitatea de a completa următorul

CHESTIONAR

1. Care este aprecierea Dvs, privind utilitatea practică a Ghidului Întreprinzătorului?

   ☐ Foarte util
   ☐ Util
   ☐ Inutil

2. Care capitole v-au interesat cel mai mult?

   1. .....
   2. .....
   3. .....

3. Ce alte teme consideraţi că ar trebui incluse într-o viitoare ediţie?

   .....
   .....
   .....
   .....

4. Care dintre temele tratate în Ghidul Întreprinzătorului consideraţi necesar a fi prezentate într-un mod diferit? Cum sugeraţi să fie abordate?

   .....
   .....
   .....
   .....
   .....
   .....
   .....

Scanned with OKEN Scanner

Către **Editura Tehnică**
Piața Presei Libere nr. 1
București cod 79738

sau

Către **Centrul P.N.U.D.** pentru
Întreprinderi Particulare Mici și Mijlocii
C.P. 1-701, București

Tipărit la
Editura şi Atelierele Tipografice **METROPOL**

Scanned with OKEN Scanner

COLECȚIA ÎNTREPRINZĂTORULUI

GHIDUL ÎNTREPRINZĂTORULUI PARTICULAR

Întreprinzătorii care intenţionează să înceapă sau să dezvolte o afacere vor să realizeze aceasta cu economie de timp şi bani!
Pot cu siguranţă să o facă dacă vor citi " GHIDUL INTREPRINZĂTORULUI PARTICULAR " înainte de a lua deciziile.

Joseph Owen
Misiunea Băncii Mondiale în România

Succesul economiei de piaţă este indisolubil legat de succesul întreprinzătorilor. În acest context "GHIDUL" este, fără îndoială, o rază de soare, de speranţă ce poate conduce spre succes.
Întreprinzătorul va găsi aici elemente necesare pentru o bună planificare şi conducere a întreprinderii sale.
Felicitări autorilor pentru această iniţiativă ce trebuie continuată.

Mihai Radu
Directorul Centrului de documentare, cercetare şi consultanţă din Institutul Bancar Român

Practică, clară, concisă, cu aplicabilitate imediată, această carte este o veritabilă călăuză prin labirintul plin de obstacole al managementului şi planificării afacerilor.
Foarte utilă pentru întreprinzătorii particulari.

Dan Stupar
Director executiv - Mondial Impex SRL, Constanţa

EDITURA TEHNICĂ

ISBN 973-31-0607-0

Lei 2500

Scanned with OKEN Scanner